

OSPITALITÀ SOSTENIBILE

GUIDA ALLA DIGITALIZZAZIONE

Per studenti e professionisti dell'IFP



PREPARATO DA:

HOTEL SCHOOL Viesnīcu biznesa koledža,

SIA

ERHVERVSAKADEMI DANIA

Italian Hospitality School SRL

City Unity College Nicosia

DigitalGuest APS

INERCIA DIGITAL SL

2023



Progetto Erasmus+
N. 2021-1-LV01-KA220-VET-000033140



HOTEL SCHOOL
HOTEL MANAGEMENT COLLEGE



ITALIAN
HOSPITALITY
SCHOOL



digital guest

GUIDA ALLA DIGITALIZZAZIONE DELL'OSPITALITÀ SOSTENIBILE

È UTILE PER:

- Discenti dell'IFP iniziale e continua,
- Dipendenti del settore dell'ospitalità: studenti, professionisti dell'ospitalità in linea con le esigenze e le aspettative individuali dei datori di lavoro ed el mercato del lavoro per sostenere meglio la competitività el'occupazione nel settore dell'ospitalità alivello regionale elocale; • i dilettanti per aggiornare le informazioni sulla digitalizzazione per una sostenibilità

Astratto

Il materiale didattico spiega come apprendere digitalmente l'ospitalità sostenibile e far progredire le competenze digitali, come infondere la digitalizzazione negli ambienti di lavoro dell'ospitalità, come misurare la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile.

La guida include una serie di pratiche internazionali raccolte ecasi di studio sulla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile ele offerte di mercato esistenti per la digitalizzazione dell'ospitalità che porta alla sostenibilità.

Inoltre, è uno strumento informativo per ituristi ei clienti dell'ospitalità per conoscere le offerte di mercato esistenti el'uso di applicazioni digitali, dispositivi, sistemi ICT, servizi per gli ospiti e altro per ampliare le conoscenze ele competenze sull'uso el consumo delle offerte che implicano la digitalizzazione nel mercato del settore alberghiero.

KA220-VET I partenariati di cooperazione nell'istruzione e formazione professionale "Kit di strumenti per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile" nel campo dell'IFP (sia iniziale che continua) mirano a migliorare l'accesso alla formazione e alle qualifiche per tutti sostenendo la condivisione delle risorse e fornendo servizi iniziali e/o o la formazione continua del personale, rafforzare ulteriormente le competenze chiave nell'IFP iniziale e continua, in particolare le competenze digitali, le competenze verdi el'occupabilità.

Copyright: "Guida alla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile"

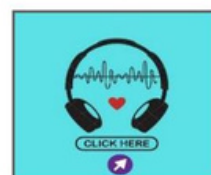
Collegamento ipertestuale:

<http://www.sustainable-hospitality-digitalisation-toolkit.com/>

PROGETTO ERASMUS+ 2021-1-LV01-KA220-VET-000033140

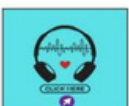
Anno: 2023

ISBN 978-9934-8944-6-6 (PER LIBRO DIGITALE)

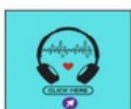


Sommario

I Descrizione del progetto, scopo e obiettivi del progetto	6
II Descrizione dei partner del progetto	8
III Introduzione	12
IV Lo scopo e gli obiettivi della Guida	13
V Descrizione del pubblico a cui si rivolge la guida	14
1. Revisione esintesi con i link ai relativi documenti normativi	15
1.1. Cos'è il piano d'azione per l'istruzione digitale?	15
2. Quadro teorico della digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile	27
3. Definizioni: revisione della teoria	29
3.1. Sostenibilità	29
3.2. Obiettivi di sviluppo sostenibile	30
4. Ospitalità	32
5. Ospitalità sostenibile	34
6 . Digitalizzazione	36
7. Digitalizzazione sostenibile	38
8. Kit di strumenti per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile	39
9. Concetto di ospitalità sostenibile e processo di ospitalità sostenibile	40
10. Competenze digitali	42
11. Competenze in materia di digitalizzazione	44
12. Competenze verdi	45
13. Competenze di digitalizzazione richieste per le qualifiche nel settore alberghiero, comprese le arti culinarie	46
14. Potenziare le abilità e competenze digitali per la trasformazione digitale: piano d'azione per l'istruzione digitale 2021-2027	50
15. Sviluppare competenze digitali per l'occupabilità nel settore dell'ospitalità: coinvolgere e supportare le parti interessate con l'uso di DigComp 2.0, 2.1, 2.2	53
16. Lo sviluppo della fiducia in se stessi rispetto alle competenze green, digitali ed i digitalizzazione	56
17. Il quadro delle competenze per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile per gli specialisti dell'ospitalità	58
19. Approcci per integrare la sostenibilità ESDGC nel contenuto della digitalizzazione dell'ospitalità	72
20. Sviluppo di idee imprenditoriali per trarre vantaggio dalle competenze	75
21. SOMMARIO: Come apprendere digitalmente l'ospitalità sostenibile e sviluppare competenze digitali	81



22. Come infondere la digitalizzazione negli ambienti di lavoro dell'ospitalità.....	83
23. Come misurare la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile.....	84
23. Misurare la sostenibilità.....	85
25. Misurare l'ospitalità sostenibile.....	86
26. Misurare la digitalizzazione dell'ospitalità	87
27. Misurare la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile.....	89
28. Indicatori di ospitalità sostenibile	90
29. Indicatori di Digitalizzazione eIndicatori di Digitalizzazione dell'Ospitalità Sostenibile	92
30. Rilevanza rispetto al GRI (Global Reporting Indicators ealtri parametri)	93
31. DOPPIA TRANSIZIONE: come unire efficacemente competenze verdi ecompetenze di digitalizzazione per aumentare la sostenibilità dell'ospitalità	97
32. PRATICHE INTERNAZIONALI di digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile.....	99
33. SOMMARIO: Cos'è il concetto eil processo di digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile, come apprendere e aggiornare conoscenze ecompetenze sulla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile...	103
34. Stili di apprendimento suggeriti	105
35. Lo studio su come le aziende stanno affrontando la digitalizzazione e quali sono le loro pratiche di ospitalità sostenibile	107
36. Workshop sul campo eambiente di lavoro per il settore della digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile	108
37. Ambiente professionale internazionale dell'ospitalità contemporanea: revisione del know-how attuale, approfondimenti sulle tecnologie utilizzate per la digitalizzazione dell'ospitalità, opportunità attuali efuture epratiche internazionali	125
38. Le principali sfide legate alla digitalizzazione.....	149
39. Statistiche sull'utilizzo delle competenze digitali.....	152
40. Statistiche sull'utilizzo delle tecnologie digitalizzate dell'ospitalità (ristorante, pulizie, giardinaggio, piscine).....	154
41. Statistiche sull'utilizzo della soluzione digitale per iprocessi operativi eamministrativi (contabilità, sistemi di prenotazione, sistemi di check-in, sistemi di guest experience)..	156
42. Benefici economici derivanti dalle pratiche di digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile	158
43. L'azione per il clima trae vantaggio dalle pratiche di digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile	160
44. Progresso tecnologico derivante dalle pratiche di digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile	162
45. Revisione e sintesi sugli sviluppi mondiali nella digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile: il mondo	163
46. Revisione e sintesi sugli sviluppi regionali nella digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile: l'Unione europea	165
47. Revisione e sintesi sugli sviluppi regionali nella digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile: Cipro	167



48. Rassegna esintesi sugli sviluppi regionali nella digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile:	
Italia.....	170
49. Revisione esintesi sugli sviluppi regionali nella digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile:	
Lettonia.....	173
50. Revisione esintesi sugli sviluppi regionali nella digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile:	
Spagna.....	175
51. CASI STUDIO di Digitalizzazione dell'Ospitalità Sostenibile: Italia.....	177
52. Casi di studio sugli effetti del Covid-19 sulla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile	179
53. Caso di studio sulla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile aCipro.....	186
54. Caso di studio sulla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile aCipro Italia.....	188
55. Caso di studio sulla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile in Lettonia.....	190
56. Caso di studio sulla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile in Estonia.....	192
57. Caso di studio sulla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile in Spagna.....	194
58. Caso di studio sulla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile in Spagna.....	195
59. Caso di studio sulla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile: internazionale, mondiale, Nord America.....	197
60. Caso di studio sulla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile: internazionale, mondiale, Sud America.....	199
61. Caso di studio sulla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile: internazionale, mondiale, India	200
62. Caso di studio sulla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile in Cina.....	202
63. Rete professionale per l'ospitalità sostenibile.....	203
64. Rete Professionale per la Digitalizzazione dell'Ospitalità Sostenibile	204
65. Sommario.....	206
66. Conclusione.....	208
67. Glossario.....	209
68. Riferimenti.....	212
69. Collegamenti a risorse utili.....	227



I Descrizione del progetto, scopo e obiettivi del progetto

I risultati del progetto: Risorse educative aperte e innovative: sostenibili

Guida alla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile

PR1 Guida alla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile per studenti IFP e

Professionisti (studenti iniziali e continui);

PR2 "Pedagogia della digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile" per gli educatori IFP e allenatori sul campo e responsabili di team del settore alberghiero,

Corso digitale PR3 "Kit di strumenti per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile" con materiali;

PR4 Serie di webinar sulla "Digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile"

KA220-VET Partenariato di cooperazione nell'istruzione e formazione professionale

Il "Kit di strumenti per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile" nel campo dell'IFP (sia iniziale che continua) ha lo scopo di

migliorare l'accesso alla formazione e alle qualifiche per tutti sostenendo la condivisione delle risorse e fornendo formazione iniziale e/o continua al personale, rafforzare ulteriormente le competenze chiave nell'IFP iniziale e continua, in particolare le competenze digitali, le competenze verdi e l'occupabilità.

Gli obiettivi del progetto:

- Sviluppare una guida alla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile per gli studenti dell'IFP iniziale e continua; • Fornire linee guida pratiche sulla "Pedagogia dell'Ospitalità Sostenibile".
- Digitalizzazione per educatori e formatori IFP della formazione professionale iniziale e continua nel settore dell'ospitalità;
- Produrre il corso digitale "Kit di strumenti per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile" con risorse di insegnamento e apprendimento per la formazione professionale iniziale e continua e workshop sul campo professionale; • Produrre una serie di webinar per dimostrare come utilizzare le risorse e il corso da parte di educatori e studenti dalle due prospettive, e produrre revisioni su argomenti secondari relativi alla digitalizzazione sostenibile;
- Migliorare le conoscenze degli educatori dell'IFP sulla digitalizzazione dell'ospitalità e approcci per integrare la digitalizzazione nelle unità;
- Mobilitare il capitale sociale per sensibilizzare e promuovere la necessità di migliorare le competenze digitali e di digitalizzazione nell'istruzione VET nel settore alberghiero e nel settore dell'ospitalità;

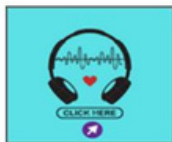


Migliorare la competenza intellettuale e di digitalizzazione del progetto Il consorzio del progetto è composto da sei partecipanti:

Tabella 1: Partner

NOME DEL PAESE	PARTNER	SITI WEB
Lettonia	SIA "HOTEL SCHOOL" Viesnīcu biznesa koledža!/SIA "HOTEL SCHOOL"Hotel Management College ID E10176704	www.hotelschool.lv
Danimarca	ERHVERVSAKADEMI DANIA (Dania Academy) ID E10102026	www.eadania.dk
Italia	Italian Hospitality School SRL ID E10242654	www.hoschool.it
Cipro	City Unity College di Nicosia ID E10155506	www.cityu.ac.cy
Svezia	DigitalGuest APS ID E10277526	www.digitalguest.com
Spagna	INERCIA DIGITAL SL ID E10145080	www.inerciadigital.com

Il consorzio del progetto ha presentato domanda di progetto perché ogni partecipante è interessato alle proprie prestazioni per i propri bisogni, bisogni nazionali e regionali per tale cooperazione e sviluppo di risorse qualitative utili e per il progresso di queste organizzazioni durante e dopo la cooperazione. Il progetto soddisferà le esigenze di ciascun partecipante: promuovere la propria rappresentanza nel mercato, applicare le proprie competenze, unire le competenze e sviluppare i risultati del progetto della domanda in tutti i paesi del partenariato e in altri paesi dell'UE.



II Descrizione dei partner del progetto



"Kit di strumenti per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile"
PROGETTO ERASMUS+ 2021-1-LV01-KA220-VET-
000033140

www.sustainablehospitalitydigitalisation.toolkit.com



SIA "HOTEL SCHOOL" Hotel Management College

Paese: Lettonia, Riga www.hotelschool.lv

Descrizione: Il coordinatore del progetto

HOTEL SCHOOL Viesņycu biznesa koledža SIA (HOTEL SCHOOL Hotel Management College LLC), fondata nel 2010, è un fornitore di IFP, un istituto di istruzione superiore accreditato, fornitore di istruzione superiore professionale di 1° livello (college) e di qualificazione professionale di 4° livello (LQF ed EQF Livello 5) nella gestione dell'ospitalità. Inoltre, BTEC Livello 5 Superiore Nazionale in Business, in Hospitality Management/CA. HOTEL SCHOOL detiene accreditamenti Erasmus ECHE, VET eADULT. HOTEL SCHOOL ha sviluppato una buona cooperazione con i datori di lavoro che garantiscono opportunità di tirocinio per studenti e studenti e impiegano diplomati di HOTEL SCHOOL. HOTEL SCHOOL è un partner esperto nello sviluppo di metodologie e standard professionali. HOTEL SCHOOL ha esperienza IFP, competenza nella progettazione e fornitura di istruzione IFP, utilizzando sistemi digitali nell'ambiente di apprendimento. quadri di competenzeE

La scuola applica le tecnologie digitali nel processo di studio ed è in grado di creare, applicare il nuovo corso e i metodi per sviluppare e applicare le competenze digitali da parte di educatori, personale, studenti, datori di lavoro e partner attuali e potenziali. HOTEL SCHOOL gestisce un sistema educativo totalmente digitalizzato, applicabile sia all'apprendimento in classe che all'apprendimento fuori classe.



ERHVERVSAKADEMI DANIA (Dania Academy)

Paese: Danimarca www.eadania.dk

Descrizione: Il partner del progetto

Dania Academy è un moderno centro di istruzione superiore che offre diplomi applicati a livello universitario. IL



i campus si trovano in sette città della regione della Danimarca centrale. Il corpo studentesco è composto da 2.800 studenti a pieno titolo e abbiamo più di 3.000 studenti part-time. Dania offre 21 programmi universitari.

Secondo il quadro nazionale delle qualifiche danese, la Dania Academy è paragonabile a un'università di scienze applicate e ha poteri di assegnazione a livello di laurea.

I campi dell'istruzione sono affari, turismo e ospitalità, IT e sviluppo di giochi, tecnologia e salute.

digital guest

DigitalGuest APS

Paese: Svezia www.digitalguest.com

Descrizione: Il partner del progetto

DigitalGuest (www.digitalguest.com) è iniziato come directory digitale degli ospiti e si è trasformato in una potente piattaforma di comunicazione, upselling e servizio agli ospiti per il settore dell'ospitalità. La piattaforma è utilizzata da più di 200 hotel, case vacanza, campeggi, ostelli e altro in 14 paesi diversi e l'azienda è cresciuta notevolmente durante la pandemia di COVID-19.

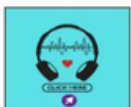
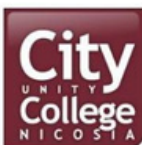
DigitalGuest ha contatti quotidiani con il settore dell'ospitalità ed è considerato esperto nel campo digitale del settore, in quanto è leader scandinavo nel servizio agli ospiti, nell'upselling, nella comunicazione e nei dati degli ospiti. Le persone chiave di questo progetto conoscono molto bene le soluzioni e le possibilità digitali nel settore dell'ospitalità e lavorano da molti anni anche nel settore alberghiero. Digital Guest dispone di una piattaforma collaudata che funziona su molti hotel e crea valore nel funzionamento dell'hotel da diversi anni. La piattaforma è personalizzata e unica per il settore dell'ospitalità. Elevata conoscenza delle soluzioni digitali e delle possibilità nel settore dell'ospitalità in tutti i settori.

City Unity College Nicosia

Paese: Cipro, Nicosia www.cityu.ac.cy

Descrizione: Il partner del progetto

Il City Unity College Nicosia è stato fondato nell'aprile del 2014 e ha iniziato la sua attività nel settembre del 2014. Il college attualmente offre 14 programmi (diplomi, bachelor e master) in vari campi di studio e



alcuni di essi sono offerti in collaborazione con la Cardiff Metropolitan University. Tutti i programmi sono riconosciuti dall'Agenzia cipriota per la garanzia della qualità e l'accreditamento nell'istruzione superiore. Oltre ai programmi accademici accreditati, il CUCN offre una varietà di corsi brevi professionali in diverse aree. Il numero totale di

studenti sia a orientamento accademico che professionale i programmi sono circa 1000.



INERCIA DIGITAL SL

Nazione: Spagna, Aljaraque.

Descrizione: Il partner del progetto

Inercia Digital ha ricevuto l'accreditamento del Certificato di Conformità da parte di AENOR con il titolo AENOR EA0043 Giovane Impresa Innovativa, assegnato a "Inercia Digital: impresa di formazione" (2015). Oltre a ciò, il Servizio andaluso per l'Impiego ha anche assegnato a Inercia Digital il titolo di "Entidad Colaboradora de Formación para el Empleo" (Ente collaborativo nella formazione per l'occupazione) nel campo dell'e-learning come centro di formazione virtuale che promuove l'occupazione e affina l'occupabilità. competenze per chi cerca lavoro. Inercia Digital è stata anche nominata nuovo membro della "Digital Skills and Jobs Coalition" della Commissione Europea nel 2017. Inoltre, il nostro accreditamento Erasmus+ per l'istruzione e la formazione professionale è stato approvato nel 2021!

Inercia Digital è anche specialista nell'implementazione di piattaforme di e-learning: Learning Management Systems (LMS). La loro innovazione nelle competenze digitali per l'istruzione li ha portati a creare e gestire varie pagine web e piattaforme virtuali per istituti scolastici e fornitori di formazione al fine di aiutarli a integrare le TIC nelle loro attività quotidiane. Allo stesso tempo, Inercia Digital ha

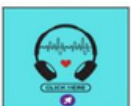
formato tali istituzioni nelle competenze digitali e negli strumenti web, nell'e-learning e nel lavoro collaborativo. Inercia Digital ha un'ampia esperienza internazionale ed europea, all'interno e all'esterno del programma Erasmus+.

Italian Hospitality School SRL

Nazione: Italia, Roma

www.hoschool.it

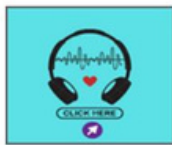
Descrizione: Il partner del progetto



ITALIAN
HOSPITALITY
SCHOOL

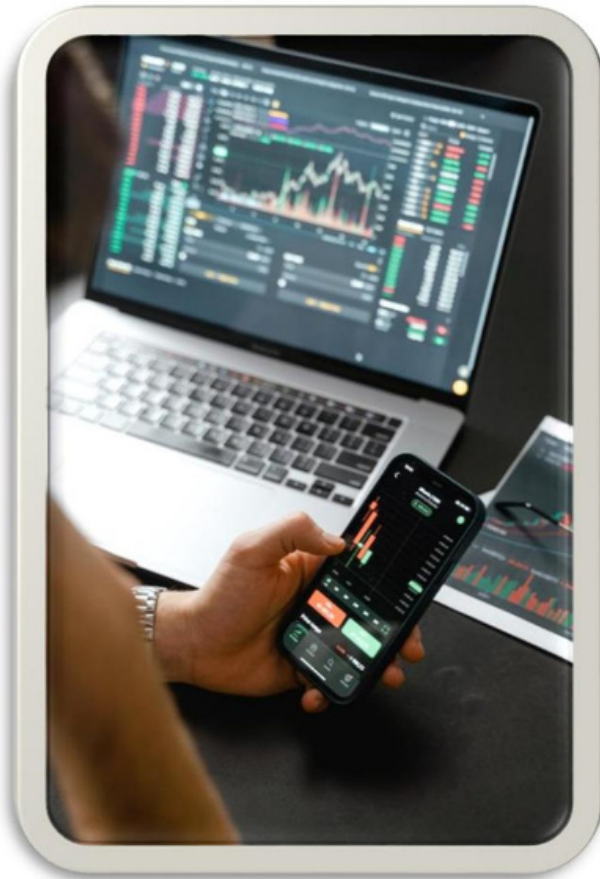
ITALIAN HOSPITALITY SCHOOL è un istituto privato di Educazione degli Adulti e di Formazione Professionale (VET) che offre turismo e ospitalità ("Servizi alberghieri", "Servizi di ristorazione" "Assistente cuoco"), corsi di livello EQF 5, università estiva con orientamento professionale per giovani da tutto il mondo, con un entusiasmante programma di vacanze a Roma, per scoprire la storia, l'arte e la cultura della città, per imparare la lingua italiana e guadagnare punti ECTS.

ITALIAN HOSPITALITY SCHOOL si concentra anche su corsi di lingua generale accademica, per sviluppare la comprensione pratica e le abilità linguistiche degli studenti fino alla fluidità. I partner della scuola sono hotel e resort italiani che offrono stage e lavoro agli studenti.



III Introduzione

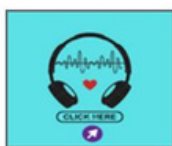
Il consorzio di progetto è composto dai sei partecipanti: SIA "HOTEL SCHOOL" Viesnycu biznesa koledža (E10176704 - Lettonia)- il coordinatore del progetto; ERHVERVSAKADEMI DANIA (E10102026 -Danimarca) –il partner del progetto; DigitalGuest APS (E10277526 - Svezia) –il partner del progetto; INERCIA DIGITAL SL (E10145080 - Spagna) – il partner del progetto; Italian Hospitality School SRL (E10242654 - Italia) –il partner del progetto; City Unity College Nicosia (E10155506 - Cipro) –il partner del progetto. Il consorzio del progetto ha presentato domanda di progetto perché ogni partecipante è interessato alle proprie prestazioni per i propri bisogni, bisogni nazionali e regionali per tale cooperazione e sviluppo di risorse qualitative utili e per il progresso di queste organizzazioni durante e dopo la cooperazione. Il progetto soddisfa le esigenze



di ciascun partecipante: promuovere la propria rappresentanza nel mercato, applicare le proprie competenze, unire le competenze e sviluppare i risultati del progetto della domanda in tutti i paesi del partenariato e

Figura 1, Fonte: Tima Miroshnichenkoaltri paesi dell'UE.

La guida offre una revisione del quadro teorico della digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile, delle relative definizioni, abilità e competenze strutturate in un quadro di competenze per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile. Il materiale didattico spiega come apprendere digitalmente l'ospitalità sostenibile e far progredire le competenze digitali, come infondere la digitalizzazione negli ambienti di lavoro dell'ospitalità, come misurare la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile. La guida comprende una serie di pratiche internazionali raccolte e casi di studio sulla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile e le offerte di mercato esistenti per la digitalizzazione dell'ospitalità che porta alla sostenibilità.



IV Lo scopo e gli obiettivi della Guida

La guida comprende il quadro teorico, i concetti, i componenti e le pratiche internazionali aggiornate sulla digitalizzazione dell'ospitalità sulle tecnologie digitali e sulla digitalizzazione utilizzate per studi di qualificazione del settore dell'ospitalità, workshop sul campo dell'industria, ambiente di lavoro e ambiente internazionale dell'ospitalità. Il quadro concettuale contemporaneo

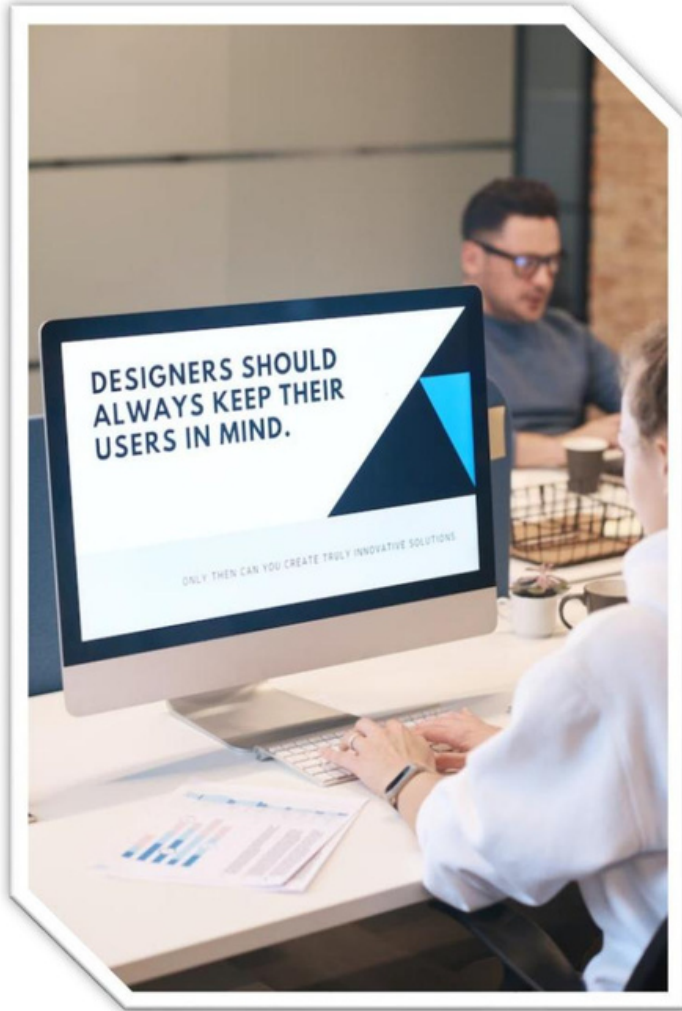


Figura 2, Fonte: finti su pexels

La Guida digitale include una revisione di tali pratiche di digitalizzazione: sistemi rivolti agli ospiti, sensori IoT in CO2, sensori di movimento, servizi di ospitalità, sensori per l'area corporea, gestione dell'energia, costruzione e monitoraggio, realtà aumentata e tecnologia. automazione

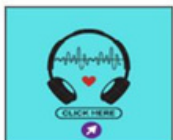
Faro

In risposta agli obiettivi SD, il La guida delinea anche il tecnologie di digitalizzazione dell'ospitalità rispettose dell'ambiente.

Sulla base di DigComp 2.0, 2.1, 2.2. Il modello di riferimento concettuale per il quadro delle competenze digitali per i cittadini compreso

- 1) information and literacy,**
- 2) communication and collaboration,**
- 3) digital content creation,**
- 4) safety,**
- 5) problem-solving**

e prendendo in considerazione le specificità della digitalizzazione del business dell'ospitalità, viene sviluppato il quadro delle competenze per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile per lo specialista dell'ospitalità.



V Descrizione del pubblico target per il Guida

Guida alla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile per studenti e professionisti dell'IFP destinata agli studenti dell'IFP iniziale e continua, ma applicabile a un pubblico più ampio dell'ospitalità, compresi indipendenti e i dilettanti del settore dell'ospitalità, rendendola applicabile a tutti.

La guida digitale fornisce la revisione di

- 1) **how to learn sustainable hospitality digitally and advance digital skills;**
- 2) **what is sustainable hospitality digitalisation concept and process, how to learn and update knowledge and skills on sustainable hospitality digitalisation;**
- 3) **insights on technologies used for hospitality digitalisation, current and upcoming opportunities and international practices used by hospitality educational and industry organizations;**
- 4) **Case studies of Covid-19 effects on sustainable hospitality digitalisation and good practices;**
- 5) **sustainable digitalisation.**

La Guida fornisce una revisione delle principali sfide legate alla digitalizzazione, tra cui l'interoperabilità, la gestione dei dati, la sicurezza e la privacy, la reattività per rivolgersi agli educatori dell'IFP nel settore dell'ospitalità e agli studenti dell'IFP nel settore dell'ospitalità per sviluppare le competenze considerando queste sfide.

I materiali sviluppati aiuteranno gli studenti a sviluppare continuamente le loro competenze digitali e le capacità di digitalizzazione dell'ospitalità.

Essendo OER disponibile nel sito web ad accesso aperto, la Guida migliorerà le competenze nella digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità degli studenti IFP e dei professionisti dell'ospitalità che raggiungeranno le informazioni attraverso attività di diffusione e sito web ad accesso aperto e ai quali queste informazioni saranno condivise in tutte le reti professionali accademiche e industriali.



1. Revisione eSintesi con i Link ai Documenti Normativi Correlati

DIGITAL ACTION PLAN 2021 - 2027

1.1. Cos'è il piano d'azione per l'istruzione digitale?

Il Piano d'azione per l'istruzione digitale (2021-2027) è un'iniziativa politica rinnovata dell'Unione europea (UE) che definisce una visione comune di un'istruzione digitale di alta qualità, inclusiva e accessibile in Europa e mira a sostenere l'adattamento dell'istruzione e della formazione sistemi degli Stati membri all'era digitale.

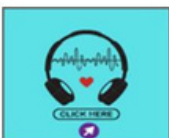
Il piano d'azione, adottato il 30 settembre 2020, è un appello a una maggiore cooperazione a livello europeo sull'istruzione digitale per affrontare le sfide e le opportunità della pandemia di COVID-19 e per offrire opportunità alla comunità dell'istruzione e della formazione (insegnanti, studenti), decisori politici, mondo accademico, ricercatori a livello nazionale, comunitario e internazionale.

L'iniziativa contribuisce alla priorità della Commissione "Un'Europa pronta per l'era digitale" e al Next Generation EU. Sostiene inoltre il dispositivo per la ripresa e la resilienza, che mira a creare un'Unione europea più verde, digitale e resiliente.

Il piano d'azione per l'istruzione digitale è un fattore chiave per realizzare l'obiettivo di realizzare uno spazio europeo dell'istruzione entro il 2025. Contribuisce a raggiungere gli obiettivi dell'agenda europea per le competenze, del piano d'azione del pilastro sociale europeo e della bussola digitale 2030: la via europea per il decennio digitale'.

COLLEGAMENTO IPERTESTUALE:

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52020DC0624>



DigComp 2.0, 2.1, 2.2 The Conceptual Reference Model for the Digital Competence Framework for Citizens

DigComp 2.0, 2.1, 2.2 Il modello di riferimento concettuale per il quadro delle competenze digitali per icittadini

LINK IPERTESTUALE: <https://www.site.digcomptest.eu/>

Il framework DigComp identifica le componenti chiave della competenza digitale in 5 aree (Dimensione 1). Le aree sono di seguito riassunte:

Competenza in materia di informazioni edati: articolare ibisogni informativi, individuare e recuperare dati, informazioni econtenuti digitali. Giudicare la pertinenza della fonte edel suo contenuto. Per archiviare, gestire eorganizzare dati, informazioni econtenuti digitali.

Comunicazione ecollaborazione: interagire, comunicare ecollaborare attraverso le tecnologie digitali pur essendo consapevoli della diversità culturale egenerazionale. Partecipare alla società attraverso i servizi digitali pubblici e privati ela cittadinanza partecipativa. Gestire la propria presenza digitale, identità ereputazione.

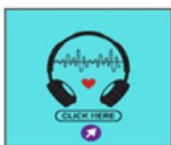
Creazione di contenuti digitali: creare emodificare contenuti digitali. Migliorare eintegrare informazioni e contenuti in un insieme di conoscenze esistente, comprendendo al tempo stesso come applicare il copyright e le licenze. Saper dare istruzioni comprensibili ad un sistema informatico.

Sicurezza: proteggere dispositivi, contenuti, dati personali eprivacy negli ambienti digitali. Tutelare la salute fisica e psicologica ed essere consapevoli delle tecnologie digitali per il benessere sociale e l'inclusione sociale. Essere consapevoli dell'impatto ambientale delle tecnologie digitali e del loro utilizzo.

Risoluzione dei problemi: identificare bisogni eproblemi erisolvere problemi concettuali e situazioni problematiche negli ambienti digitali. Utilizzare gli strumenti digitali per innovare processi e prodotti. Per restare al passo con l'evoluzione digitale.

Ci sono 21 competenze pertinenti a queste aree, i loro titoli edescrittori sono delineati nella Dimensione 2. Prese insieme, la Dimensione 1e2costituiscono il modello concettuale di riferimento. Dimensioni aggiuntive delineano ilivelli di competenza (dimensione 3), esempi di conoscenze, abilità e attitudini (dimensione 4) ecasi d'uso (dimensione 5).

L'ultima pubblicazione, DigComp 2.2, presenta il quadro consolidato.



DigComp ONLINE TOOL

1.2. LINK IPERTESTUALE DigComp: <https://digcomp.digital-competence.eu/>

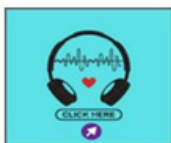
Uno strumento di test online che mappa le tue competenze digitali utilizzando il framework Digcomp



Figura 3, DigComp

Competenza digitale

- Aree di competenza digitale
 - o Competenza in materia di informazioni edati
 - o Comunicazione ecollaborazione
 - o Creazione di contenuti digitali
 - o Sicurezza
 - o Risoluzione dei problemi



DigComp PUBLICATIONS

1.3. Il modello di riferimento concettuale di DigComp:

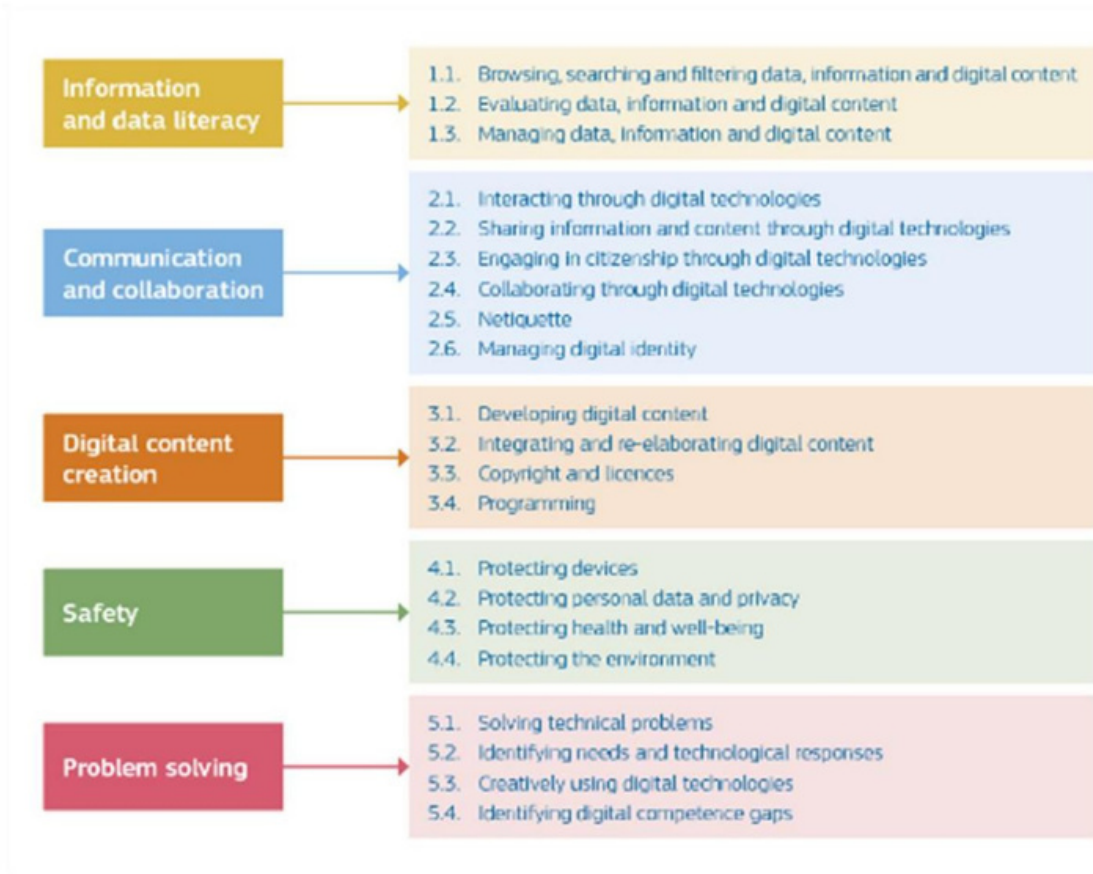
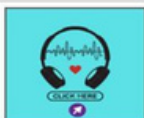


Figura 4, modello di riferimento concettuale DigComp

Pubblicazioni

- 2022: DigComp 2.2: Il quadro delle competenze digitali per i cittadini -Con nuovi esempi di conoscenze, abilità e attitudini
- 2017: DigComp 2.1: Il quadro delle competenze digitali per i cittadini con otto livelli di competenza ed esempi di utilizzo.
- 2016: DigComp 2.0: Il quadro delle competenze digitali per i cittadini. Aggiornamento Fase 1: il Modello Concettuale di Riferimento
- 2013: DigComp: un quadro per lo sviluppo e la comprensione delle competenze digitali in Europa
- 2012: Rapporto sulla consultazione online Il punto di vista degli esperti sulla competenza digitale
- 2012: Competenza digitale nella pratica: un'analisi dei quadri



1.4. DIGITAL COMPETENCE FRAMEWORKS FOR TEACHERS, LEARNERS AND CITIZENS

Raccolti dall'UNESCO (2022):

Tabella 2: QUADRI DELLE COMPETENZE DIGITALI PER INSEGNANTI, STUDENTI ECITTADINI		
Quadro	Titolo	Origine Anno editore
DigComp 2.2	Ufficio delle pubblicazioni dell'Unione europea	dell'Unione europea, 2022
DigCompEdu	Ufficio delle pubblicazioni dell'Unione europea	dell'Unione europea, 2017
SELFIE per Insegnanti	Unione Europea	Commissione Europea, 2021
Quadro globale dell'alfabetizzazione digitale (DLGF)	Commissione Europea, 2021	
Il quadro globale per Competenza educativa nel Era digitale	Globale Istituto di statistica dell'UNESCO, 2018	
Competenza digitale comune Quadro per gli insegnanti (CDCFT)	Profuturo Nel futuro, 2020 Spagna	Istituto Nazionale di Educativo Tecnologie e Formazione degli insegnanti (Spagna), 2017
Sviluppo professionale Quadro per l'apprendimento digitale	Sud Africa	Dipartimento di Base Istruzione, Sud Africa, 2019
Competenza digitale professionale Quadro per gli insegnanti	Norvegia	Centro norvegese per le TIC nell'istruzione, 2017
Quadro delle competenze per l'internazionale Età (SFIA -8)	SFIA	Fondazione SFIA, 2000
Quadro delle competenze digitali	Galles, Regno Unito Regno	Istruzione Galles (Governo gallese, Regno Unito), 2022
Guida informatica internazionale Licenza (ICDL)	ICDL	ICDL Globale, 2000
Quadro delle competenze di alfabetizzazione digitale (DLSF)	Australia	australiano Dipartimento per Istruzione, competenze e occupazione, 2021
Qualificare la forza lavoro australiana per l'economia digitale - The Australian	Australia	NCVER, 2019
Quadro delle competenze digitali della forza lavoro Professionista della didattica digitale Struttura	Inghilterra, Regno Unito Regno	Istruzione e Fondazione per la formazione,

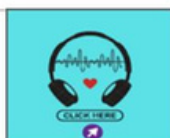
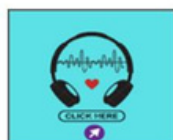


Tabella 2: QUADRI DELLE COMPETENZE DIGITALI PER INSEGNANTI, STUDENTI ECITTADINI		
Titolo del quadro	Origine	Anno editore
		Inghilterra, Regno Unito Regno
Definire le competenze di cui icittadini avranno bisogno nel futuro mondo del lavoro	McKinsey	McKinsey e Azienda, globale, 2019
La Società Internazionale per Tecnologia nell'Istruzione (ISTE) Norme per gli studenti	RICERCATO	ISTE, Globale, 2018
Competenza digitale del Quebec Struttura	Ministero dell'Istruzione edell'Istruzione Superiore del Quebec, Canada Istruzione, Quebec, Canada, 2019	
Quadro comune di riferimento per Alfabetizzazioni digitali interculturali (CFRIDiI)	Unione Europea EUMade4LL, Erasmus+ (finanziato dall'Unione Europea	
Alfabetizzazione digitale nazionale indonesiana Struttura	Commissione), 2019 IndonesiaLingua,	
Quadro delle competenze ICT dell'UNESCO per gli insegnanti (ICT CFT) Versione 3	Indonesia, 2021	
DQ (Intelligenza Digitale) Globale Standard sull'alfabetizzazione digitale, digitale Competenze epreparazione digitale	UNESCOUNESCO, 2018 Istituto DQIstituto DQ, Globale, 2019	
Digschool: l'alfabetizzazione digitale Programma	KeniaUNESCO, 2018	
Alfabetizzazione digitale della Columbia Britannica Struttura	British Columbia,	
UTILIZZARE, COMPRENDERE E COINVOLGERE: A Quadro di riferimento per l'alfabetizzazione ai media digitali Scuole canadesi	Provincia britannica CanadaColombia, 2013 CanadaMediasmarts, 2022	
IC3 Alfabetizzazione digitaleNord America		Certificatoport, 2022
Curriculum di alfabetizzazione digitale Microsoft		Microsoft, 2022
Microsofttt		Governo di
Missione nazionale di alfabetizzazione digitaleIndia (NDLM) Schema		India, 2015 Governo di
SkillsFuture -Quadro delle competenze perSingapore		Singapore, 2022
Tecnologia dell'informazione Modello ETF PRONTOeuropeo Formazione Fondazione		Formazione europea Fondazione, 2022



1.5. Convenzione quadro delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici

Nazioni Unite. (1992). Convenzione quadro delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici –UNFCCC, 1992. Estratto da <https://unfccc.int/resource/docs/convkp/conveng.pdf>

La Convenzione quadro delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici (UNFCCC) stabilisce il quadro giuridico di base e i principi per la cooperazione internazionale sui cambiamenti climatici con l'obiettivo di stabilizzare le concentrazioni atmosferiche di gas a effetto serra (GHG) per evitare "pericolose interferenze antropiche con il sistema climatico". (Nazioni Unite, 1992).

1.6. Obiettivi di sviluppo sostenibile

Nazioni Unite. (2015). Obiettivi di sviluppo sostenibile, recuperati da <https://sdgs.un.org/goals>

Nel giugno 1992, al Summit della Terra di Rio de Janeiro, in Brasile, più di 178 paesi hanno adottato l'Agenda 21, un piano d'azione globale per costruire una partnership globale per lo sviluppo sostenibile per migliorare la vita umana e proteggere l'ambiente.

Nel gennaio 2015, l'Assemblea Generale ha avviato il processo di negoziazione sull'agenda di sviluppo post-2015. Il processo è culminato nella successiva adozione dell'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile, con 17 obiettivi di sviluppo sostenibile al centro, in occasione del vertice delle Nazioni Unite sullo sviluppo sostenibile del settembre 2015. Il 2015 è stato un anno fondamentale per il multilateralismo e la definizione delle politiche internazionali, con l'adozione di numerosi importanti accordi:

Quadro di Sendai per la riduzione del rischio di catastrofi (marzo 2015)

Agenda d'azione di Addis Abeba sul finanziamento dello sviluppo (luglio 2015)

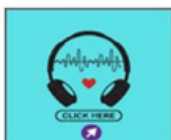
Trasformare il nostro mondo: l'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile con i suoi 17 obiettivi di sviluppo sostenibile è stata adottata al vertice sullo sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite a New York nel settembre 2015.

1.7. Accordo di Parigi sui cambiamenti climatici (dicembre 2015). Estratto da https://climate.ec.europa.eu/eu-action/international-action-climate-change/climate-negotiations/paris-agreement_en

1.8. Il pacchetto di Katowice adottato alla conferenza delle Nazioni Unite sul clima (COP24) nel dicembre 2018 contiene regole, procedure e linee guida comuni e dettagliate che rendono operativo l'accordo di Parigi. Il pacchetto di Katowice adottato alla conferenza delle Nazioni Unite sul clima (COP24) nel dicembre 2018 contiene regole, procedure e linee guida comuni e dettagliate che rendono operativo l'accordo di Parigi.

Estratto da <https://unfccc.int/process-and-meetings/the-paris-agreement/the-katowice-climate-package/katowice-climate-package>

Alcuni degli SDG correlati: SDG 7 Energia pulita e accessibile, SDG 13 Clima Azione, SDG 12 Consumo e produzione responsabili



1.9. Il Green Deal europeo

Sforzarsi di essere il primo continente a impatto climatico zero. Estratto da https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/green-deal-europeo_it

Per superare queste sfide, il Green Deal europeo trasformerà l'UE in un'economia moderna, efficiente sotto il profilo delle risorse e competitiva, garantendo:

- nessuna emissione netta di gas serra entro il 2050
- crescita economica disgiunta dall'uso delle risorse
- nessuna persona e nessun luogo lasciato indietro

Il Green Deal europeo è anche la nostra ancora di salvezza per uscire dalla pandemia di Covid-19. Un terzo dei 1.800 miliardi di euro di investimenti del piano di ripresa NextGenerationEU ed el bilancio settennale dell'UE finanzieranno il Green Deal europeo.

Il primo continente climaticamente neutro entro il 2050

Almeno il 55% in meno di emissioni nette di gas serra entro il 2030, rispetto ai livelli del 1990

Entro il 2030 nell'UE verranno piantati 3 miliardi di alberi in più.

1.10. Legge europea sul clima

Legge europea sul clima. (2021). Estratto da https://climate.ec.europa.eu/eu-action/european-green-deal/european-climate-law_en

La Legge Europea sul Clima è stata pubblicata nella Gazzetta Ufficiale il 9 luglio 2021 ed è entrata in vigore il 29 luglio 2021.

La legge europea sul clima stabilisce un obiettivo giuridicamente vincolante di zero emissioni nette di gas serra entro il 2050. Le istituzioni dell'UE e gli Stati membri sono tenuti ad adottare le misure necessarie a livello UE e nazionale per raggiungere l'obiettivo, tenendo conto dell'importanza di promuovere l'equità e solidarietà tra gli Stati membri.

La legge sul clima comprende misure per tenere traccia dei progressi e adeguare le nostre azioni di conseguenza, sulla base dei sistemi esistenti come il processo di governance per i piani nazionali per l'energia e il clima degli Stati membri, le relazioni periodiche dell'Agenzia europea per l'ambiente e le ultime prove scientifiche su cambiamento climatico e i suoi impatti.

I progressi saranno riesaminati ogni cinque anni, in linea con l'esercizio di bilancio globale previsto dall'accordo di Parigi.

La Legge sul Clima affronta anche i passi necessari per raggiungere l'obiettivo del 2050:

- Sulla base di una valutazione d'impatto globale, l'UE ha fissato un nuovo obiettivo per il 2030 di ridurre le emissioni nette di gas serra di almeno il 55% rispetto ai livelli del 1990. Il nuovo obiettivo dell'UE per il 2030 è incluso nella legge.

La legge prevede anche un processo per fissare un obiettivo climatico 2040.



La Legge sul Clima comprende:

- un obiettivo giuridico per l'Unione di raggiungere la neutralità climatica entro il 2050
 - un ambizioso obiettivo climatico per il 2030 di riduzione di almeno il 55% delle emissioni nette di gas a effetto serra rispetto al 1990, con chiarezza sul contributo delle riduzioni e degli assorbimenti delle emissioni
 - riconoscimento della necessità di migliorare il bacino di assorbimento del carbonio dell'UE attraverso un regolamento LULUCF più ambizioso, per il quale la Commissione ha presentato una proposta nel luglio 2021
 - un processo per fissare un obiettivo climatico per il 2040, tenendo conto di un obiettivo indicativo bilancio dei gas serra per il periodo 2030-2050 che sarà pubblicato dalla Commissione
 - un impegno per le emissioni negative dopo il 2050
 - l'istituzione del comitato scientifico consultivo europeo sui cambiamenti climatici, che fornirà consulenza scientifica indipendente
 - disposizioni più forti sull'adattamento ai cambiamenti climatici
 - forte coerenza tra le politiche dell'Unione con l'obiettivo della neutralità climatica
 - l'impegno a collaborare con i settori per preparare tabelle di marcia specifiche per settore tracciare il percorso verso la neutralità climatica in diversi settori dell'economia
- CONSIGLIO
REGOLAMENTO (UE) 2021/1119 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL

del 30 giugno 2021 che istituisce il quadro per il raggiungimento della neutralità climatica e modifica i regolamenti (CE) n. 401/2009 e (UE) 2018/1999 ('European Climate Legge')

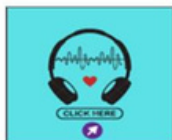
Estratto da <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32021R1119>

1.11. Governance dell'Unione energetica e azione per il clima

Estratto da: https://climate.ec.europa.eu/eu-action/climate-strategies-targets/progress-made-cutting-emissions/governance-energy-union-and-climate-action_en

Per aiutare l'UE a raggiungere i suoi obiettivi climatici ed energetici per il 2030, il regolamento sulla governance dell'Unione dell'energia stabilisce regole comuni per la pianificazione, la rendicontazione e il monitoraggio. Il regolamento garantisce inoltre che la pianificazione e la rendicontazione dell'UE siano sincronizzate con i cicli di ambizione previsti dall'accordo di Parigi.

Regolamento estratto da https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?toc=OJ:L:2018:328:TOC&uri=uriserv:OJ.L_.2018.328.01.0001.01.ITA



1.12. REGOLAMENTO (UE) 2018/1999 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO

dell'11 dicembre 2018 sulla governance dell'Unione dell'energia e dell'azione per il clima, che modifica i regolamenti (CE) n. 663/2009 e (CE) n. 715/2009 del Consiglio europeo Parlamento e del Consiglio, Direttive 94/22/CE, 98/70/CE, 2009/31/CE, 2009/73/CE, 2010/31/UE, 2012/27/UE e 2013/30/UE della Direttiva Europea Parlamento europeo e del Consiglio, direttive 2009/119/CE e (UE) 2015/652 del Consiglio e abrogazione del regolamento (UE) n. 525/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio

I piani nazionali per l'energia e il clima (PNEC) sono stati introdotti dal regolamento sulla governance dell'unione dell'energia e dell'azione per il clima (UE) 2018/1999, concordato nell'ambito del pacchetto Energia pulita per tutti gli europei adottato nel 2019.

1.13. IPiani Nazionali

- I piani nazionali delineano le modalità con cui i paesi dell'UE intendono affrontare la questione
- efficienza energetica
- rinnovabili
- riduzione delle emissioni di gas serra
- interconnessioni
- ricerca e innovazione

Questo approccio richiede un coordinamento degli obiettivi tra tutti i dipartimenti governativi e fornisce un livello di pianificazione che faciliterà gli investimenti pubblici e privati.

I Piani Nazionali sono recuperati da https://commission.europa.eu/energy-climate-change-environment/implementation-eu-countries/energy-and-climate-governance-and-reporting/national-energy-and-climate-plans_it

Lettonia PNEC (2020). Estratto da https://energy.ec.europa.eu/system/files/2020-04/lv_final_necp_main_en_0.pdf

1.14. La Lettonia sull'accordo di Parigi:

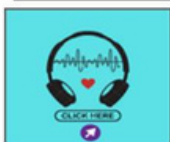
Sull'accordo di Parigi della Convenzione quadro delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici. Estratto da <https://likumi.lv/ta/id/288575-par-apvienoto-naciju-organizacijas-visparejas-konvencijas-par-klimata-parmainam-parize-noligumu>

(Ritchie, H., Roser, M. (2023). Lettonia: Profilo del paese sulla CO2. I nostri dati mondiali recuperati da <https://ourworldindata.org/co2/country/latvia>)

1.15. Protezione dei dati nell'UE

1.15.1. Il Regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR), la Direttiva sull'applicazione della legge sulla protezione dei dati e altre norme relative alla protezione dei dati personali.

Estratto da: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02016R0679-20160504&qid=1532348683434>



1.15.2. Cosa sono i dati personali?

I dati personali sono tutte le informazioni relative a un individuo vivente identificato o identificabile. Costituiscono dati personali anche diverse informazioni che, raccolte insieme, possono consentire l'identificazione di una determinata persona.

I dati personali che sono stati deidentificati, crittografati o pseudonimizzati ma che possono essere utilizzati per identificare nuovamente una persona rimangono dati personali e rientrano nell'ambito di applicazione del GDPR.

I dati personali che sono stati resi anonimi in modo tale che l'individuo non è o non è più identificabile non sono più considerati dati personali. Affinché i dati siano veramente anonimizzati, l'anonimizzazione deve essere irreversibile.

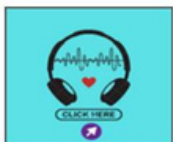
Il GDPR protegge i dati personali indipendentemente dalla tecnologia utilizzata per elaborarli: è neutrale dal punto di vista tecnologico e si applica sia al trattamento automatizzato che a quello manuale, a condizione che i dati siano organizzati secondo criteri predefiniti (ad esempio l'ordine alfabetico). Inoltre, non importa come vengono archiviati i dati:

in un sistema informatico, mediante videosorveglianza, o su supporto cartaceo; in ogni caso, i dati personali sono soggetti ai requisiti di protezione previsti dal GDPR.

Esempi di dati personali

- un nome e cognome;
- un indirizzo di casa;
- un indirizzo email del tipo nome.cognome@azienda.com;
- un numero di carta d'identità;
- dati sulla posizione (ad esempio la funzione dati sulla posizione su un telefono cellulare)*;
- un indirizzo IP (protocollo Internet);
- un ID cookie*;
- l'identificatore pubblicitario del tuo telefono;
- dati detenuti da un ospedale o da un medico, che potrebbero essere un simbolo univoco che identifica una persona.

*Si noti che in alcuni casi esiste una legislazione settoriale specifica che regola, ad esempio, l'uso dei dati sulla posizione o l'uso dei cookie: la direttiva ePrivacy (direttiva 2002/58/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 12 luglio 2002 (GU L201 del 31.7.2002, pag. 37) e regolamento (CE) n. 2006/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 ottobre 2004 (GU L364 del 9.12.2004, pag. 1)



Esempi di dati non considerati personali

- un numero di registrazione della società;
- un indirizzo email del tipo info@azienda.com;
- dati anonimizzati.



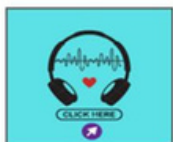
Figura 5, Fonte: Monicore su pexels.com

Riferimenti:

Articolo 2, articolo 4, paragrafi 1 e 5 e considerando (14), (15), (26), (27), (29) e (30) del GDPR

Parere 4/2007 del Gruppo di lavoro Articolo 29 sul concetto di dati personali

Parere 05/2014 del Gruppo di lavoro Articolo 29 sulle tecniche di anonimizzazione



2. Quadro teorico della digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile

Il quadro teorico della digitalizzazione sostenibile nel settore dell'ospitalità mira a fornire approfondimenti teorici sui componenti e sugli strumenti della digitalizzazione che fornirebbero la necessaria comprensione del concetto.

La definizione di trasformazione digitale di Solis (2016) è: “l’investimento e lo sviluppo di nuove tecnologie, mentalità e modelli di business e operativi per migliorare il lavoro e la competitività e fornire valore nuovo e rilevante per clienti e dipendenti in un contesto digitale in continua evoluzione”. economia". La definizione sottolinea l'importanza dell'innovazione, della gestione strategica delle risorse umane e dell'integrazione tecnologica. Nel settore dell'ospitalità, la trasformazione digitale richiede interventi su quattro aspetti principali:

Digital Transformation:

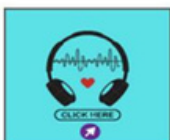
- 1) Framing digital challenge,
- 2) Focus investment,
- 3) Engaging the organization,
- 4) Sustaining transformation (Prihanto & Kurniasari, 2019).

Secondo Bumann & Peter (2019), il quadro della trasformazione digitale è costituito da sei componenti, vale a dire:

- **THE DIGITAL TRANSFORMATION FRAMEWORK:**
- STRATEGY
- ORGANIZATION
- PEOPLE
- CUSTOMER
- TECHNOLOGY
- CULTURE (Bumann & Peter, 2019)

•**Strategia:** una digitalizzazione di successo inizia con la creazione di una sofisticata strategia di sviluppo digitale a breve termine. L'aspetto della digitalizzazione delle imprese ricettive dovrebbe essere implementato nelle strategie a livello aziendale, aziendale e funzionale. Una strategia di digitalizzazione ben formulata è la pietra angolare del successo della digitalizzazione.

•**Organizzazione :** il fattore più importante nell'attuazione della strategia digitale è la struttura delle organizzazioni, le reti di partenariato, gli spiriti collaborativi. Se



l'organizzazione è flessibile, collaborativa, può rispondere rapidamente ai cambiamenti nell'ambiente e implementare gli strumenti di digitalizzazione a un ritmo molto più rapido.

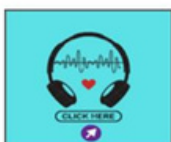
Persone : i dipendenti, le loro conoscenze, abilità, competenze e determinazione sono un fattore critico per l'implementazione della digitalizzazione. I dipendenti devono essere disposti e capaci di apprendere, migliorare e impegnarsi nello sviluppo personale e professionale.



• **Cultura** - IL

Anche la cultura delle organizzazioni

Figura 6, Fonte: Polina Zimmerman su pexels alberghiere gioca un ruolo importante nel processo di digitalizzazione. Il processo di digitalizzazione richiede leader digitali forti, impegno da parte dei livelli più alti di management e libertà data ai dipendenti di sperimentare. In conclusione, il quadro della digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile è composto da strutture multidimensionali e complesse e la digitalizzazione dovrebbe essere la priorità a livello strategico, aziendale e funzionale della gestione organizzativa.



• **Cliente** : i clienti hanno diventarne più consapevole
 Interazione con la strumenti e richiesta di Di più canali digitalizzazione ibridi.
 I clienti vogliono interagire con l'organizzazione tramite mezzi tradizionali edigitali, fornendo alle e mentre così, clienti organizzazioni dati e approfondimenti sui clienti.

Tecnologia : uno degli aspetti della digitalizzazione del settore dell'ospitalità riguarda le capacità, la strategia delle capacità e la organizzazioni di acquisire, utilizzare e adottare nuove tecnologie. La flessibilità, la velocità e l'innovazione sono aspetti cruciali.

3. Definizioni: revisione della teoria

In questo capitolo esamineremo le definizioni relative alla sostenibilità in sé, agli SDG, alla digitalizzazione, nonché all'applicazione e alle implicazioni di tutti essi nel settore dell'ospitalità.

L'obiettivo è quello di fornire al lettore, uno spaccato delle definizioni terminologiche di sostenibilità, ospitalità e digitalizzazione da una prospettiva teorica.

3.1. Sostenibilità

Mentre forse oggi come consumatori aderiamo quotidianamente a varie etichette sociali e ci comportiamo e agiamo in modo sostenibile in termini di conservazione e risparmio delle risorse naturali, altrimenti richiediamo e pretendiamo per il nostro stile di vita moderno, la terminologia della sostenibilità infatti è di tipo origine relativamente recente.

Per aiutare a comprendere la definizione di sostenibilità, si può quindi applicare l'utilizzo di un esperto di comprensione linguistica.

Pertanto, se si applica l'uso delle lingue di Oxford nel determinare una definizione generale, dicono; "Evitare l'esaurimento delle risorse naturali per mantenere un equilibrio ecologico" (<https://linguistics.oup.com/google-dictionary-en/>)

Tuttavia, per comprendere la terminologia in un modo più ampio e applicato in modo pratico secondo gli standard odierni, è possibile ricorrere alla definizione di sostenibilità più comunemente applicata, ovvero il modo in cui le Nazioni Unite nel 1987, attraverso il rapporto della Commissione Brundtland, definirono "Il nostro futuro comune" come "soddisfare le necessità del presente senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare i propri bisogni" (<http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>)

Oggi, ci sono quasi 140 paesi in via di sviluppo nel mondo che cercano modi per soddisfare le proprie esigenze di sviluppo, ma con la crescente minaccia del cambiamento climatico, è necessario compiere sforzi concreti per garantire che lo sviluppo di oggi non influisca negativamente sulle generazioni future. (<https://www.un.org/en/academic-impact/sustainability>)

Pertanto, la differenza più evidente tra la prima e la seconda definizione è che mentre la prima può essere applicata universalmente, la seconda è tuttavia supportata da un gran numero di azioni su come raggiungere il suddetto scopo.

Pertanto, la definizione di sostenibilità delle Nazioni Unite è sostenuta dalle sue azioni attraverso il suo schema SDG, Obiettivi di sviluppo sostenibile.



3.2. Obiettivi di sviluppo sostenibile

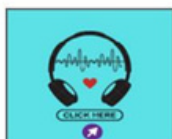
Il concetto di sviluppo sostenibile è diventato un obiettivo ampiamente riconosciuto per la società umana nel 21° secolo. L'idea di sviluppo sostenibile è venuta alla luce nel 1987 con la pubblicazione di "Our Common Future", che stabiliva fermamente lo sviluppo sostenibile come una componente fondamentale dello sviluppo internazionale. Perché le disuguaglianze che prima erano anomalie stavano aumentando all'interno e tra le nazioni, aumentando la povertà, soprattutto nei paesi in via di sviluppo, riducendo lo strato di ozono e causando il riscaldamento globale, esaurendo le risorse naturali e mettendo in pericolo alcune specie di animali e piante, causando inquinamento dell'acqua e dell'aria, e quindi, lo sviluppo sostenibile è nato come uno sforzo per cambiare il modo di pensare al pianeta. (Haijan e Kashani, 2021)

Cosa sono gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile

In un accordo i paesi membri delle Nazioni Unite nel 2015 hanno adottato una serie di standard e obiettivi "come un appello universale all'azione per porre fine alla povertà, proteggere il pianeta e garantire che entro il 2030 tutte le persone godano di pace e prosperità". (Nazioni Unite, 2015) LINK: (<https://www.undp.org/sustainable-development-goals>)



Figura 7, Fonte: Nazioni Unite.



3.2.1. L'obiettivo degli SDG

Questo percorso verso lo sviluppo sostenibile è noto come Agenda 2030 per gli obiettivi di sviluppo sostenibile. Questa agenda comprende 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile, o SDG, che stabiliscono obiettivi quantitativi nelle dimensioni sociale, economica e ambientale dello sviluppo sostenibile, tutti da raggiungere entro il 2030. Gli obiettivi forniscono un quadro per un'azione condivisa "per le persone, il pianeta e prosperità", che deve essere attuata da "tutti i paesi e tutte le parti interessate, agendo in partenariato collaborativo". 169 target accompagnano i 17 goal e stabiliscono obiettivi quantitativi e qualitativi da raggiungere entro il 2030.

Questi obiettivi sono "di natura globale e universalmente applicabili, tenendo conto delle diverse realtà nazionali, delle capacità e dei livelli di sviluppo e rispettando le politiche e le priorità nazionali". (Nazioni Unite, 2015).

Gli SDG aggiornano gli Obiettivi di Sviluppo del Millennio (MDG), che nel 2000 hanno dato il via a un tentativo mondiale di sfidare l'umiliazione della povertà.

Gli OSM hanno creato obiettivi misurabili e universalmente concordati per affrontare la povertà eccessiva e la fame, prevenire malattie letali ed estendere l'istruzione primaria a tutti i giovani, tra le altre priorità di sviluppo. (Haijan e Kashani, 2021, p.1-21)

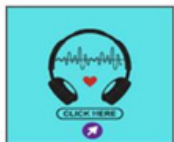


Figura 8, Fonte: SDG. <https://sdg.gdrc.org>

Gli Obiettivi di sviluppo sostenibile hanno portato benefici a entrambi

IL pubblico conoscenza SU

sostenibilità come concetto e gettare le basi per un ulteriore aumento della loro comprensione empirica come visto nel modello successivo.



4. Ospitalità

L'ospitalità come mestiere e terminologia trova le sue tracce e origini fin dagli albori delle antiche civiltà e da quando l'umanità ha scoperto la capacità di produrre vino dall'uva da servire nelle taverne o nelle locande come opportunità commerciale.

Le radici etimologiche del termine ospitalità possono essere individuate nel Medioevo latino “hospes” (ospiti); “hospitari” (essere ospite); e “hospitabilis” (ospitato come ospite) (American Heritage Dictionary, 2007)

La definizione di ospitalità commerciale in stile moderno può essere vista attraverso l'ambito dello sviluppo sociale (Hepple, Kipps eThomsom, 1990) identificando quattro caratteristiche nel suo senso moderno:

- 1)Viene conferito da un ospite ad un ospite, che è lontano da casa.
- 2)È interattivo e implica l'incontro tra un fornitore e un destinatario.
- 3)È composto da una miscela di fattori tangibili e immateriali.
- 4) L'ospite provvede alla sicurezza, psicologica e fisiologica dell'ospite comfort.

Ciò indica o evidenzia che l'ospitalità implica un rapporto di reciprocità



Figura 9, Fonte: Leelo Thefirst su pexels

con determinati obblighi imposti all'ospite, ma ugualmente vizio

viceversa.

Da UN storico

prospettiva si possono così

individuare due tipologie di

ospitalità (Carol A. King –

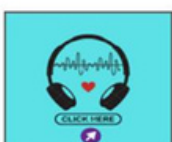
1995 – Punto di vista – Cos'è

l'ospitalità – Elsevier Science Vol. 14)

1) Ospitalità privata: atti di individui nei confronti di individui in un ambiente privato, come la casa.

2) Ospitalità commerciale: pasti, bevande, alloggio e intrattenimento forniti a scopo di lucro.

La separazione di queste due definizioni può nel nostro mondo moderno sembrare un po' confusa data la comparsa di opzioni digitali, ad esempio Airbnb e altri simili.



piattaforme digitali. Attraverso tali piattaforme di “economia della condivisione” gli individui possono, attraverso le legislazioni a breve termine incorporate nei singoli paesi, affittare commercialmente parte/o tutte le parti della loro casa a fronte di un profitto.

Fornendo i propri servizi digitali tramite la propria piattaforma, Airbnb offre un cambio di paradigma rispetto alla percezione classica di quanto sopra menzionato due definizioni di ospitalità agendo come intermediario piuttosto che come vero e proprio ospite o fornitore. Allo stesso modo, questa piattaforma potrebbe essersi allontanata dal suo concetto originale di hosting privato per un privato in un'unica entità verso una maggiore commercializzazione.



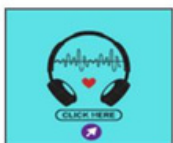
Figura 10, Fonte: PhotoMIX Company presso pexel in cui il ricevente/ospite non sperimenterà alcun contatto umano né alcuna facilitazione di hosting oltre a una guida digitale su come entrare nell'entità affittata dato che sempre più entità offerte su Airbnb vengono effettuate solo tramite proprietari professionisti con più entità e in ciò sta mettendo a repentaglio i confini per chi cerca casa a lungo termine in varie aree urbane più grandi su scala globale.

Allo stesso modo, anche il settore dell'ospitalità è alle prese con il tete-a-tete in corso con la potenza del

Le OTA, come nel caso di Airbnb, sono semplicemente digitali atti COME intermediari piuttosto che ospiti. Non importa, si può ritenere che entrambi i fornitori di piattaforme agiscano in modo dannoso nei confronti dei veri fornitori di ospitalità in modo dirimpente.



Figura 11, Fonte: Sistema di gestione dei visitatori Proxyclick su pexels



5. Ospitalità sostenibile

Sebbene l'ospitalità comprenda, una terminologia onnicomprensiva applica tutte le parti operative del settore all'interno del settore, definendo una definizione effettiva di ospitalità sostenibile, anche se poiché la ricerca sull'ospitalità sostenibile è ancora agli inizi, la comprensione è resa più conforme applicando il termine più ampio "turismo" come riferimento e focus

punto invece.

SUSTAINABLE TOURISM

5.1. Turismo sostenibile

si riferisce a pratiche sostenibili nel e da parte dell'industria del turismo.

Esso è un'ispirazione per riconoscere tutti gli impatti del turismo. Sia positivo che negativo. L'obiettivo è minimizzare gli impatti negativi e massimizzare quelli positivi.

Gli impatti negativi per una destinazione includono quelli economici perdite, danni all'ambiente naturale e sovraffollamento, solo per citarne alcuni.

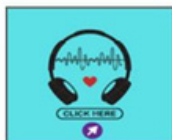
Gli impatti positivi per una destinazione includono la creazione di posti di lavoro, la conservazione e l'interpretazione del patrimonio culturale, la conservazione della fauna selvatica, il ripristino del paesaggio e Di più.

Il turismo sostenibile è definito dal Programma delle Nazioni Unite per l'ambiente e dall'Organizzazione mondiale del turismo delle Nazioni Unite come "il turismo che tiene pienamente conto dei suoi impatti economici, sociali e ambientali attuali e futuri, rispondendo alle esigenze dei visitatori, dell'industria, dell'ambiente e delle comunità ospitanti".

Inoltre, affermano che il turismo sostenibile "si riferisce agli aspetti ambientali, economici e socio-culturali dello sviluppo turistico, e deve essere stabilito un equilibrio adeguato tra queste tre dimensioni per garantirne la sostenibilità a lungo termine" (UNEP e UNWTO, 2005).



Figura 12, Fonte: Amina Filkins su pexels



5.2. THE GLOBAL SUSTAINABLE TOURISM COUNCIL (GSTC)

Contemporaneamente, **il Global Sustainable Tourism Council (GSTC)** ha ideato una serie di criteri e indicatori industriali nel tentativo di creare un approccio comune comprensione del turismo sostenibile che, quando applicati a una società di ospitalità, dovrebbero portare, tra gli altri, a quanto segue:

- Servire come base per certificazione per la sostenibilità
- Servire come linee guida di base per imprese di tutte le dimensioni che diventeranno più sostenibili e aiutare le aziende a scegliere la sostenibilità
- Fornire programmi turistici che soddisfano questi criteri globali
- Fornire un maggiore accesso al



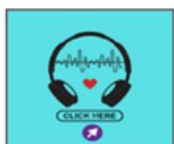
Figura 13, Fonte: Quang Nguyen Vinh su pixel

mercato nel mercato in crescita dei prodotti sostenibili, fungendo da guida sia per i viaggiatori che per le agenzie di viaggio nella scelta dei fornitori e dei programmi di turismo sostenibile

- Aiutare i consumatori a identificare validi programmi di turismo sostenibile e imprese

Servire da denominatore comune affinché i mezzi di informazione riconoscano i fornitori di turismo sostenibile

- Aiutare la certificazione e altri programmi volontari a garantire che i loro standard soddisfino valori di riferimento ampiamente accettati
- Offrire ai programmi governativi, non governativi ed al settore privato un punto di partenza per lo sviluppo dei requisiti del turismo sostenibile
- Servire come linee guida di base per gli enti di istruzione e formazione, come gli hotel, le scuole e le università
- Dimostrare una leadership che ispira gli altri ad agire (Global Sustainable Consiglio del Turismo (GSTC), 2023).



6. Digitalizzazione

La letteratura che misura la trasformazione digitale è ampia e, data la complessità e pervasività del fenomeno, non è facile adottare una definizione univoca di digitalizzazione. (Calvino, F., Criscuolo, C., 2019)

La forma più semplicistica di definizione di digitalizzazione può essere trovata tramite l'Oxford Learners Dictionary che propone questa definizione generale "il processo di trasformazione dei dati in formato digitale che può essere facilmente letto ed elaborato da un computer". (Pressa dell'Università di Oxford, 2023).

DIGITALIZATION (DIGITALISATION)–

THE PROCESS OF CHANGING DATA INTO DIGITAL FORM THAT CAN BE EASILY READ AND PROCESSED BY A COMPUTER

(Oxford University Press, 2023)

Sebbene questa definizione affronti solo in modo rudimentale la complessità del processo di trasformazione, è necessario applicare un approccio più aziendale per comprenderlo in profondità.

“La digitalizzazione è l'integrazione delle tecnologie digitali nei processi aziendali/sociali, con l'obiettivo di migliorarli. La digitalizzazione è trasformativa.

Cambia il modo in cui le aziende interagiscono con i propri clienti e spesso il loro flusso di entrate”. (Scrive.com, 2023).

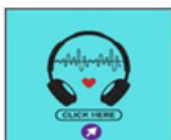
DIGITIZATION OR DIGITALIZATION ?

DIGITIZATION: For starters, digitization is creating a digital (bits and bytes) version of analog/physical things such as paper documents, microfilm images, photographs, sounds and more. So, it's simply converting and/or representing something non-digital (other examples include signals, health records, location data, identity cards, etc.) into a digital format which then can be used by a computing system for numerous possible reasons.

Digitization is the automation of existing manual and paper-based processes, enabled by the digitization of information; from an analog to a digital format.

(I-scoop.eu, 2023)

Negli affari, quindi, la digitalizzazione si riferisce molto spesso all'abilitazione, al miglioramento o alla trasformazione di operazioni, funzioni, processi o modelli aziendali sfruttando le tecnologie digitali e un utilizzo e un contesto più ampi dei dati digitalizzati,



trasformato in intelligenza econoscenza utilizzabile, con un vantaggio specifico in mente. (I-scoop.eu, 2023).

Pertanto, attraverso i mezzi dell'IOT edei Big Data, è possibile ideare sistemi di coinvolgimento e sistemi di insight, sfruttando dati e processi digitalizzati senza essere ostacolati o ingombrati dall'intasamento delle pratiche burocratiche.

DIGITALISATION

In short, "digitalisation is the generic term for digital transformation of society and the economy. It describes the transition from an industrial age characterised by analogue technologies to an age of knowledge and creativity characterised by digital technologies and digital business innovation

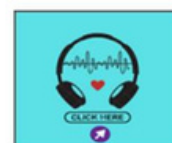
(Innolytics, 2023)



Figura 14, Fonte: Polina Zimmerman su pixels.com

Quindi la digitalizzazione ha anche il significato di andare oltre l'ambito del business facendo riferimento al continuo adattamento delle tecnologie digitali in tutto il possibile attività sociali e umane.

Digitalizzazione significa quindi, in definitiva, l'utilizzo di tecnologie digitali e di dati (digitalizzati e nativamente digitali) al fine di creare entrate, migliorare il business, sostituire/trasformare i processi aziendali (non semplicemente digitalizzarli) e, così facendo, creare un ambiente per il business digitale, per cui l'informazione digitale è al suo massimo nucleo.



7. Digitalizzazione sostenibile



SUSTAINABLE DIGITALISATION

“Sustainable digitalisation, which incidental equal is known as sustainable digital transformation, as **a concept refers to the process of digitalising the economy in a long-lasting, green, and organic way. Sustainable digitalisation aims to support and enable...twin transition to a green a digital economy by building on its key strength: Innovative SMEs and their business ecosystems**”. (European DIGITAL SME Alliance, 2023).

Sustainable digitalisation is a process whereby societies digitise themselves in a way that safeguards natural resources, respects the environment and people. It is about the transformation of organisations, people and societies that must take place in such a way that they have not yet made the shift to digital. (European Digital SME Alliance, 2023).

Oggi la trasformazione digitale deve offrire soluzioni sotto l’egida della sostenibilità, ovvero deve garantire un equilibrio tra ciò che significa fare quel passo verso la connettività e la crescita economica, con attenzione all’ambiente e al benessere sociale, proteggendo le risorse naturali del futuro . Questo è l’unico modo di parlare di digitalizzazione sostenibile. (Telefonica, 2023).

Il concetto di sostenibilità digitale è definito come quello che comprende l’ampia gamma di questioni e preoccupazioni che contribuiscono alla longevità delle informazioni digitali. La sostenibilità digitale, è dimostrato, fornisce il contesto per la conservazione digitale considerando il ciclo di vita complessivo, le questioni tecniche esocio-tecniche associate alla creazione e alla gestione dell’elemento digitale. (Bradley, K., 2007, 56, 148–163.)

L’introduzione e l’utilizzo della digitalizzazione sostenibile fanno tutti parte dell’era digitale, che viene definita anche la “Quarta Rivoluzione Industriale (4IR)” e in cui il concetto è tutto sullo sviluppo di nuove tecnologie. Se si osservano separatamente gli effetti individuali, l’enfasi è posta sui fattori economici, ad esempio i guadagni in termini di innovazione, la generazione di nuove vendite e opportunità di crescita del valore, affrontando allo stesso tempo una maggiore produttività e una maggiore efficienza nei processi. In questo senso, i miglioramenti dell’efficienza sono cruciali per ridurre il consumo di risorse. (Fuchs, H.2019).

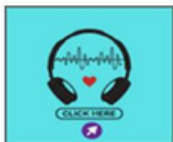
8. Kit di strumenti per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile

Il ragionamento e lo scopo di ogni progetto di questo tipo è quello di migliorare l'accesso alla formazione digitale e alle qualifiche per tutti gli studenti nel campo degli studi sulla gestione dell'ospitalità, supportati dalla condivisione delle risorse, fornendo formazione iniziale e/o continua ai docenti e agli educatori all'interno della linea di formazione sulla gestione dell'ospitalità e rafforzando ulteriormente le competenze chiave nell'IFP iniziale e continua, in particolare le competenze digitali, le competenze verdi e l'occupabilità.

Il progetto dovrebbe incorporare i seguenti obiettivi:

- Sviluppare la Guida alla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile per gli studenti dell'IFP iniziale e continua.
- Fornire linee guida pratiche sulla “Pedagogia della digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile” agli educatori IFP e ai formatori della formazione professionale iniziale e continua nell'ospitalità.
- Produrre un corso digitale “Kit di strumenti per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile” con risorse di insegnamento e apprendimento per la formazione professionale iniziale e continua e workshop sul campo professionale.
- Produrre serie di webinar per dimostrare come utilizzare le risorse e il corso da parte degli educatori e degli studenti dalle due prospettive e produrre revisioni sui sottoargomenti correlati alla digitalizzazione sostenibile.
- Migliorare le conoscenze degli educatori IFP sulla digitalizzazione dell'ospitalità e approcci per integrare la digitalizzazione nelle unità.
- Mobilitare il capitale sociale per aumentare la consapevolezza e promuovere la necessità di migliorare le competenze digitali e di digitalizzazione nell'istruzione e formazione professionale nel settore alberghiero e nel settore dell'ospitalità.

Migliorare la competenza intellettuale e di digitalizzazione del progetto partecipanti. (Toolkit per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile, Scuola Alberghiera, 2023).



9. Concetto di ospitalità sostenibile e processo di ospitalità sostenibile

Nel definire il concetto e i processi di ospitalità sostenibile è necessario soffermarsi innanzitutto sui contenuti di ciò che un concetto e processi di ospitalità comprendono. possono essere definiti come un insieme di linee strategiche e creative su come realizzare un'impresa operativa di ospitalità. Dovrebbe mettere insieme i vari elementi dettagliati, soft e hard, per fornire una guida strategica ed delineare il come e il perché di un determinato concetto di ospitalità a tutte le parti interessate rilevanti, sulla base di un valore ed i caratteristiche del marchio chiaramente definiti.

Allo stesso modo, è necessario definire ed enfatizzare la differenza di comprensione tra sostenibilità e sostenibilità finanziaria, poiché concettualmente non sono necessariamente intrecciate tra loro. Tuttavia, la percezione del concetto di hotel sostenibile combina i due implementandoli nel regno del triplo risultato finale, come descritto da John Elkington:



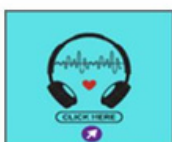
Figura 15, Elkington, J. Tripple Linea di fondo 1 perseguita all'interno dell'organizzazione attività dell'entità esult' inclusione della comunità più ampia edella cultura locale.

Il TBL comprende queste tre dimensioni che combinate formano il struttura per comprendere la definizione di ospitalità sostenibile concetto:

- La dimensione ambientale (pianeta) consiste nella regolamentazione dell'esecuzione di processi e prodotti per migliorare il proprio impatto ambientale –l'impronta di carbonio aziendale.

- La dimensione sociale (persone) riguarda il modo in cui l'equità sociale e la governance aziendale sono definite e

- La dimensione economica (profitto) riguarda il modo in cui l'entità aziendale organizza la propria posizione sul mercato per sviluppare attivamente il proprio profilo sostenibile utilizzando la propria stabilità economica e redditività per il miglioramento continuo.



Il ragionamento per applicare il concetto di ospitalità sostenibile può essere misurato dai risultati che allineerai a questo.

- Utilizzerai le tue risorse in modo più efficace
- Creerai una cultura aziendale che migliorerà il morale, la motivazione, e la soddisfazione dei tuoi dipendenti.
- Lo farai attraverso iniziative sostenibili che aprono un dialogo con la più ampia comunità interna ed esterna.
- Attraverso pratiche commerciali sostenibili migliorerai il tuo marchio immagine e migliorare il potenziale di guadagno nel lungo termine.

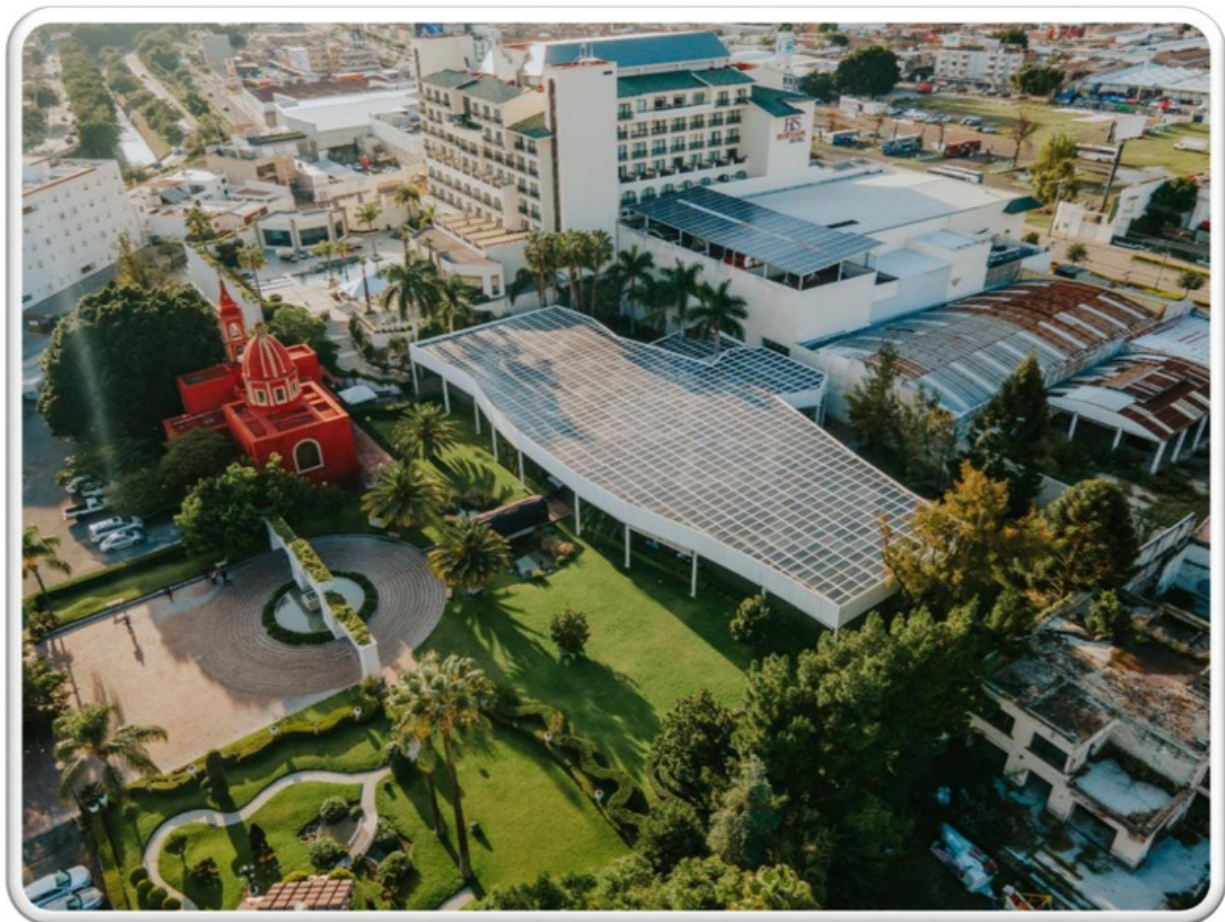
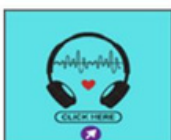


Figura 16, Fonte: Amar Preçado su pexels.com



10. Competenze digitali

Prima di iniziare è importante scoprire cosa si intende per digitale, digitalizzazione e competenze verdi e dobbiamo scoprire cosa significa avere un certa abilità.

La comprensione di ciò che definisce le competenze e le due categorie può essere utile come cornice per identificare se i dipendenti in un contesto specifico in una specifica azienda possiedono le competenze necessarie per svolgere i compiti richiesti o è necessario un aggiornamento.

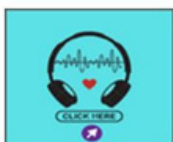
Considerando diverse definizioni, possiamo definire le abilità come “la capacità acquisita di svolgere correttamente un compito utilizzando tempo, energia e conoscenza. (Skilltype.com, 2023).

Le competenze possono essere raggruppate in due categorie: le competenze generali riguardano la capacità di prendere parte al lavoro quotidiano sul posto di lavoro (riunioni, autogestione, ecc.) e le competenze speciali riguardano le competenze funzionali basate sulla conoscenza come determinati compiti, tra cui la conoscenza educativa e la formazione. .

È importante essere consapevoli dell'attenzione europea all'istruzione delle persone. Politiche, programmi educativi e finanziamenti sono essenziali in questo lavoro e gli studenti, i dipendenti e le aziende possono trarne vantaggio nel prendere le giuste decisioni sul miglioramento della forza lavoro e sulla capacità dell'azienda di muoversi in modo sostenibile. direzione sostenibile.

Una politica/pilastro generale nell'Unione europea è il pilastro dei diritti sociali.

Competenze per lavorare in un'economia verde e digitale, indipendentemente dal settore o dal paese in cui vivi. Di seguito troverai una panoramica di tutte le azioni intraprese dall'UE. Naturalmente, possono essere trasferiti a paesi al di fuori dell'UE come quadro normativo.



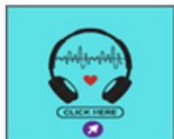
Le transizioni verde e digitale, accompagnate dalle tendenze demografiche, stanno trasformando il modo in cui viviamo, lavoriamo e interagiamo. Vogliamo garantire che le persone abbiano le competenze di cui hanno bisogno per prosperare. L'agenda per le competenze mira a migliorare la pertinenza delle competenze nell'UE per rafforzare la competitività sostenibile, garantire l'equità sociale e rafforzare la nostra resilienza. Lo fa attraverso 12 "azioni".

10.1. A PACT FOR SKILLS

(European Commission, 2020)

Un patto per le competenze

- Rafforzare l'intelligenza delle competenze
- Sostegno dell'UE ad azioni strategiche di miglioramento delle competenze a livello nazionale
- Proposta di raccomandazione del Consiglio sull'istruzione e formazione professionale per la competitività sostenibile, l'equità sociale e la resilienza
- Lanciare l'iniziativa dell'università europea e migliorare le competenze degli scienziati
- Competenze per supportare le transizioni verde e digitale
- Incremento dei laureati STEM e promozione delle competenze imprenditoriali e trasversali
- Competenze per la vita
- Iniziativa sui Conti Individuali di Apprendimento
- Un approccio europeo alle micro-credenziali
- Nuova piattaforma Europass
- Migliorare il quadro favorevole per sbloccare gli investimenti privati e degli Stati membri nelle competenze (Commissione europea, 2020).



11. Competenze nella digitalizzazione

La domanda successiva che appare è la domanda: come scoprire le competenze necessarie nelle diverse posizioni lavorative nel settore dell'ospitalità? Questa domanda sarà esaminata nella sezione “Competenze di digitalizzazione: competenze di digitalizzazione richieste per le qualifiche nel settore alberghiero (comprese le arti culinarie)”. Innanzitutto, dobbiamo scoprire quale tipo di competenze rientra nel campo del digitale, della digitalizzazione edel verde. Le competenze digitali e le competenze di digitalizzazione sono difficili da definire poiché quando si cerca di trovare una comprensione comune emergono molte comprensioni diverse. Un suggerimento può essere trovato nell'articolo di Jason Bloombergs:

In effetti, sembra che Gartner non sia concorde sulla sua definizione di digitalizzazione, poiché un recente rapporto del Brookings Institute ne cita una completamente diversa. “La digitalizzazione, secondo Gartner, Inc., è il processo di utilizzo delle tecnologie edelle informazioni digitali per trasformare le operazioni

aziendali”, secondo il rapporto Digitalization and the American Workforce di Mark Muro, senior fellow; Sifan Liu, analista di dati; Jacob Whiton, assistente di ricerca; e Siddharth Kulkarni, ex analista ricercatore; tutto dalla Brookings Institution. Kulkarni è ora responsabile della scienza dei dati presso Adobe. Secondo questa definizione, **la digitalizzazione riguarda più le operazioni aziendali che le interazioni sociali o i modelli di business, anche se chiaramente tutte queste nozioni sono correlate. (Blumberg, 2018)**

Il rapporto Brookings, infatti, si concentra sull'impatto della digitalizzazione sulle persone. “La digitalizzazione sta trasformando il mondo del lavoro”, si legge nel rapporto. “L'acquisizione di competenze digitali è ormai diventata un prerequisito per il successo individuale, industriale e regionale”. (Blumberg, 2018)

Man mano che le organizzazioni implementano le “tecnologie digitali” – che in questo contesto significa realmente computer e altre tecnologie informatiche – i posti di lavoro delle persone cambiano. Immaginate, ad esempio, che gli operai di una fabbrica mettano da parte martelli eterni e utilizzino invece apparecchiature controllate da computer. Secondo il rapporto Brookings, questo cambiamento è al centro della digitalizzazione. L'automazione è una parte importante della storia della digitalizzazione, sia che si tratti di spostare i ruoli lavorativi o di trasformare i processi aziendali in generale. Per molte persone, infatti, la digitalizzazione riguarda soprattutto questi processi. “La digitalizzazione... aumenta l'efficienza dei processi e migliora la trasparenza dei dati e, naturalmente, dovrebbe contribuire a incrementare i profitti”, spiegano Georg Tacke, CEO, e Annette Ehrhardt, Global Head of Communications & Marketing Senior Director, Simon-Kucher & Partners. “Se gestisci una piattaforma online, la tua azienda potrebbe essere già digitalizzata all'80% e puoi ottenere maggiore efficienza o creare più valore per il cliente percorrendo il restante 20% del percorso.” In questo esempio, l'implementazione della tecnologia alla base di tale piattaforma online non è per sé la fase di digitalizzazione, ma significa spostare il processo aziendale su tale piattaforma. Sembra, quindi, che la definizione di Gartner che lega la digitalizzazione alle operazioni aziendali sia corretta, poiché tali operazioni consistono in processi aziendali che le tecnologie digitali possono trasformare. (Blumberg, 2018)

Trasformazione digitale: oltre la digitalizzazione

La digitalizzazione, tuttavia, è ben distinta dalla trasformazione digitale.

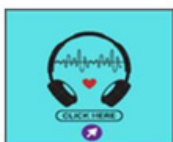
Un'organizzazione potrebbe intraprendere una serie di progetti di digitalizzazione, che vanno dall'automazione dei processi alla riqualificazione dei lavoratori per l'uso dei computer. La trasformazione digitale, al contrario, non è qualcosa che le imprese possono implementare come progetti. Invece, questo termine più ampio si riferisce alla trasformazione strategica del business orientata al cliente che richiede cambiamenti organizzativi trasversali e l'implementazione delle tecnologie digitali. (Blumbergs, 2018)

Le iniziative di trasformazione digitale includeranno in genere diversi progetti di digitalizzazione, ma i dirigenti che credono che nella trasformazione digitale non ci sia altro che la digitalizzazione stanno commettendo un profondo errore strategico. **In realtà, la trasformazione digitale richiede che l'organizzazione affronti meglio il cambiamento nel suo complesso, rendendolo essenzialmente una competenza fondamentale man mano che l'impresa diventa end-to-end orientata al cliente. Tale agilità faciliterà le iniziative di digitalizzazione in corso, ma non dovrebbe essere confusa con esse. (Blumberg, 2018)**

In ultima analisi, quindi, digitalizziamo le informazioni, digitalizziamo i processi e i ruoli che compongono l'operatività di un'impresa e trasformiamo digitalmente l'impresa e la sua strategia.

Ognuno è necessario ma non sufficiente per il suc

wcews ws.isvuos eta, i noasbale phioùs ipmitpaolirttyadnigteit,a lais daigtjoitna.ltiozozalkziti.ocnoem riguarda 44 essenzialmente la tecnologia, ma la trasformazione digitale no. La trasformazione digitale riguarda il cliente.



12. Competenze verdi

Anche fornire una definizione di competenze verdi è quasi impossibile. Un modo per comprendere le competenze verdi è guardare come le definisce l'UNIDO (Organizzazione delle Nazioni Unite per lo sviluppo industriale). (Arthur Charles, 2022).

Quattro gruppi di compiti lavorativi particolarmente importanti per le occupazioni verdi:

WORK TASKS THAT ARE ESPECIALLY IMPORTANT FOR GREEN OCCUPATIONS:

ENGINEERING AND TECHNICAL SKILLS
SCIENCE SKILLS
OPERATION MANAGEMENT SKILLS
MONITORING SKILLS (Arthur Charles, 2022)



Competenze ingegneristiche e tecniche: hard skills che comprendono competenze coinvolte nella progettazione, costruzione e valutazione della tecnologia, solitamente padroneggiate da ingegneri e tecnici. Questo know-how è necessario per gli eco-edifici, la progettazione di energie rinnovabili e progetti di ricerca e sviluppo (R&S) sul risparmio energetico.

• **Abilità scientifiche:** competenze derivanti da conoscenze di ampio respiro ed

essenziali per le attività di innovazione, ad esempio fisica e biologia.

Queste competenze sono particolarmente richieste in ogni fase della catena del valore e nel settore dei servizi pubblici, che fornisce servizi di base come acqua, servizi fognari ed elettricità.

• **Competenze di gestione operativa:** know-how relativo al cambiamento della

struttura organizzativa necessario per supportare le attività verdi e una visione integrata dell'azienda attraverso la gestione del ciclo di vita, la produzione snella e la cooperazione con attori esterni, compresi i clienti. Tali competenze sono importanti, ad esempio, per gli ingegneri delle vendite, gli analisti dei cambiamenti climatici, gli specialisti della sostenibilità, i responsabili della sostenibilità e i pianificatori dei trasporti.

• **Competenze di monitoraggio:** aspetti tecnici e giuridici delle attività aziendali che sono fondamentalmente diversi dalla competenza dell'ingegneria o della scienza. Si riferiscono alle competenze richieste per valutare il rispetto dei criteri tecnici e delle norme di legge. Esempi sono gli ispettori della conformità ambientale, i tecnici del monitoraggio nucleare, i direttori della gestione delle emergenze e gli assistenti legali.

Oltre a queste competenze, anche una serie di soft skills sono considerate sempre più importanti, non solo per le green skills, ma in generale per le "competenze del futuro", comprese anche quelle necessarie per la Quarta Rivoluzione Industriale. **Le competenze legate al design thinking, alla creatività, all'adattabilità, alla resilienza e persino all'empatia sono considerate fondamentali.**

Tuttavia, è importante concordare un'intesa comune nella specifica attività per potersi muovere nella stessa direzione in tutti i reparti. (Deloitte, 2022).

13. Competenze di digitalizzazione richieste per le qualifiche alberghiere, comprese le arti culinarie

La domanda successiva che appare è la domanda: come scoprire le competenze necessarie nelle diverse posizioni lavorative nel settore dell'ospitalità?

13.1. ESCO (EUROPEAN SKILLS, COMPETENCES, QUALIFICATIONS AND OCCUPATIONS) IS THE EUROPEAN MULTILINGUAL CLASSIFICATION OF SKILLS, COMPETENCES AND OCCUPATIONS.

Cos'è l'ESCO? ESCO (Abilità, Competenze, Qualifiche e Occupazioni Europee) è la classificazione multilingue europea di Abilità, Competenze e Occupazioni.

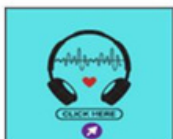
ESCO funziona come un dizionario che descrive, identifica e classifica le occupazioni e le competenze professionali rilevanti per il mercato del lavoro, l'istruzione e la formazione dell'UE. Questi concetti e le relazioni tra loro possono essere compresi dai sistemi elettronici, che consentono a diverse piattaforme online di utilizzare ESCO per servizi come abbinare le persone in cerca di lavoro ai posti di lavoro sulla base delle loro competenze, suggerire corsi di formazione a persone che desiderano riqualificarsi o migliorare le proprie competenze, ecc. (Commissione, 2023)

ESCO fornisce descrizioni di 3.008 occupazioni e 13.890 competenze legate a tali occupazioni, tradotte in 28 lingue (tutte le lingue ufficiali dell'UE più islandese, norvegese, ucraino e arabo). Lo scopo di ESCO è quello di sostenere la mobilità lavorativa in tutta Europa e quindi un mercato del lavoro più integrato ed efficiente, offrendo un "linguaggio comune" su occupazioni e competenze che può essere utilizzato da diverse parti interessate su temi di occupazione, istruzione e formazione.

(Commissione europea, 2023)

La digitalizzazione presenta numerose opportunità per le aziende e i professionisti dell'ospitalità: questa opportunità aumenta nel tempo perché i clienti abbracciano l'uso della tecnologia e la vedono sempre più come un accordo vantaggioso per tutti che non solo mantiene i costi più bassi ma aggiunge anche valore all'esperienza del cliente e lo rende il viaggio più fluido ed efficiente. Esempi possono essere gli hotel che utilizzano l'AR per informare i propri clienti sulle attrazioni locali, sui trasporti o su indicazioni su ristoranti e reception, senza check-in. Ecco perché lo sviluppo delle competenze nell'ospitalità digitale è necessario e diventerà sempre più importante. (Carlisle, S., Ivanov, S., Dijkmans, C., 2021).

“L'ingresso nel mercato dei viaggi di questi turisti sempre più esperti di digitale consente alle aziende di rimanere permanentemente in contatto con i propri clienti, monitorare le loro preferenze su



tempo (Buhalis et al., 2019) e costruire relazioni strette ealtà” (Asperen et al., 2018).

La tecnologia offre soluzioni uniche affinché i ristoranti possano differenziarsi e i proprietari possano gestire la propria attività in modo più efficiente. A sua volta, lascia più tempo ed energie per concentrarsi sul servizio agli ospiti con esperienze culinarie più uniche.

Inoltre, i big data possono offrire agli ospiti informazioni approfondite che consentono ad hotel e ristoranti di personalizzare le proprie offerte in modo molto più incentrato sul cliente.

Aziende come i ristoranti del settore dell'ospitalità traggono notevoli vantaggi dalle competenze nella digitalizzazione. La digitalizzazione implica l'uso di metodi sostenibili ed efficienti che aiutano a sostenere la posizione di mercato di un'organizzazione, a migliorare il servizio ai clienti, a semplificare il processo di prenotazione e ad aumentare il numero di prenotazioni. (De Peuter-Rutten, J., 2023).

È molto difficile rispondere esattamente quali siano le competenze più importanti e rilevanti da padroneggiare. Tuttavia, secondo un ampio studio con metodi misti sull'industria turistica europea con 1668 intervistati, le competenze digitali chiave includono competenze di marketing e comunicazione online, competenze di social media, competenze di MS Office, competenze di utilizzo dei sistemi operativi e competenze per monitorare le recensioni online. (Carlisle, S., Ivanov, S., Dijkmans, C., 2021).

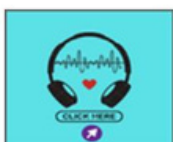
Le competenze digitali possono essere qualsiasi cosa, da semplici come seguire le notizie digitali e avere una maggiore presenza sociale su ALCUNE piattaforme a competenze più tecniche come l'Internet delle cose, i big data, il Covid-19.

soluzioni touch-free guidate per ordini e pagamenti, sistemi di prenotazione di tavoli e camere, app di consegna, integrazione mobile, codici QR, SEO, CRM, sistemi di acquisto automatizzati, realtà aumentata. (Approfondimenti EHL, 2023).

Olsen et al. (2014, p. 568) hanno scoperto che le aziende investono nella raccolta e misurazione dei dati dei clienti, ma vengono utilizzate poche risorse per utilizzare i dati per

ottimizzare l'organizzazione e i suoi servizi esostengono che la condivisione interna delle conoscenze può aiutare a risolvere questo problema. (Carlisle, S., Ivanov, S., Dijkmans, C., 2021)

Diversi esperti nel campo dell'ospitalità hanno proposto un elenco generale di quali competenze di digitalizzazione il settore dovrebbe sforzarsi di acquisire. Tuttavia, va detto che può essere difficile e persino controproducente pretendere di poter stilare un elenco di competenze generalizzabili che tutti gli attori del settore dell'ospitalità devono possedere in quanto le diverse esigenze di mercato, organizzative e nei contesti culturali in cui operano gli attori dell'ospitalità sono diversi. Una delle competenze più volte sottolineate nell'ambito del turismo nel posto di lavoro postmoderno è la **competenza di autoapprendimento**: “Questa abilità è necessaria per affrontare le continue innovazioni digitali e la flessibilità di fronte al cambiamento e alla formazione costanti. **(Questo**



l'abilità include formazione permanente, adattabilità e flessibilità)." (Azienda Touroogle, 2022).

È interessante notare che la citazione sostiene che la digitalizzazione è intesa come una costante. Ecco perché i manager dell'ospitalità devono dare priorità alle risorse costanti e all'attenzione alla digitalizzazione delle loro organizzazioni. Molti modelli di gestione del cambiamento vedono il cambiamento come un processo temporaneo con un inizio e una fine. Tuttavia, potrebbe essere meglio passare a modelli di gestione del cambiamento che vedano il cambiamento come qualcosa – una natura permanente del fare business digitale.

13.2. THE MOST PROMINENT NEW SKILLS REQUIRED IN THE NEW CONCEPT OF THE TOURISM INDUSTRY

Le nuove competenze più importanti richieste nel nuovo concetto di industria del turismo

Sono:

1. Capacità di autoapprendimento; Questa competenza è necessaria per affrontare le continue innovazioni digitali e la flessibilità di fronte al costante cambiamento e della formazione. (Questa abilità include formazione permanente, adattabilità e flessibilità).

2. Competenze per condurre e-business: include tutte le competenze necessarie per il branding online, il marketing, la distribuzione, la raccolta dati e l'analisi.

3. Avere una buona conoscenza delle tecnologie di intelligenza artificiale, realtà virtuale e realtà aumentata in tutti i settori del turismo.

4. Altre competenze necessarie nel settore includono capacità di narrazione, creatività e creazione di un'esperienza cliente unica. (Azienda Touroogle, 2022).

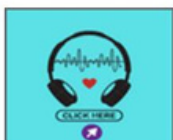
Va sottolineato che sono ancora richieste conoscenze specifiche della professione (su attrazioni, hotel, cibo). (Azienda Touroogle, 2022).

Il World Economic Forum (2016) rileva che le occupazioni più richieste non esistevano dieci o anche cinque anni fa in molti paesi. Oggi, la gestione del turismo è diventata inseparabile dalla tecnologia e dalle comunicazioni, e la disponibilità di competenze digitali adeguate nelle organizzazioni turistiche è fondamentale.

(Azienda Touroogle, 2022).

L'integrazione delle ICT nei processi decisionali di alto livello è ancora rara in molte organizzazioni turistiche. (Azienda Touroogle, 2022).

L'aumento del volume dei dati aziendali in termini di numero di canali, volume, velocità e varietà ha creato in modo significativo la necessità di cambiare competenze.

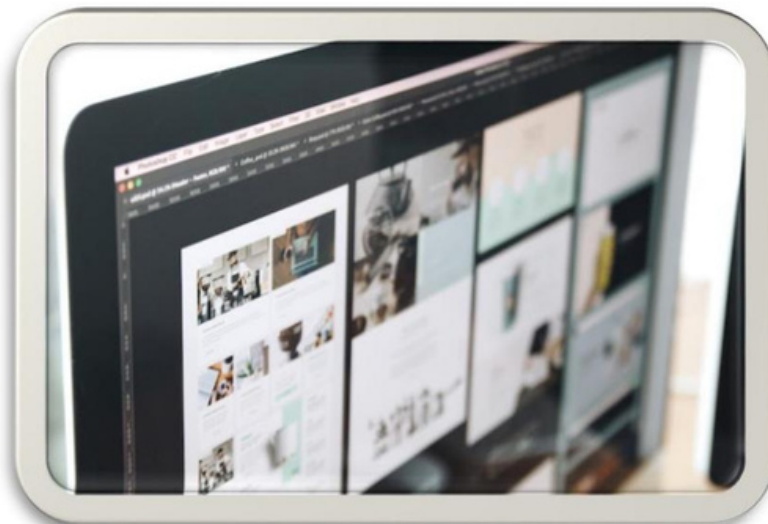


La digitalizzazione in tutto l'ecosistema turistico aiuterà le aziende a costruire resilienza nell'era post-COVID-19. Per i settori turistici che ricercano l'automazione, la rimozione del personale può danneggiare gravemente l'esperienza turistica eridurre la soddisfazione riducendo allo stesso tempo i costi. (Azienda Touroogle, 2022).

La sfida è: come possiamo utilizzare la tecnologia nel settore del turismo per ottenere il miglior risultato? Data la natura del settore dell'ospitalità, sembra improbabile che la tecnologia possa sostituire il lavoro umano, ma può influenzarne la formula lavorativa. (Azienda Touroogle, 2022).

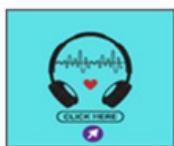
L'industria dei viaggi edel turismo è uno dei settori in cui l'interazione con il consumatore è più importante. I progressi tecnologici consentono alle organizzazioni turistiche di conoscere meglio i propri clienti. (Azienda Touroogle, 2022).

Infine, va notato che ogni organizzazione turistica deve realizzare una trasformazione digitale al di fuori delle sue politiche edei suoi programmi a lungo termine. (Azienda Touroogle, 2022).



La strategia di trasformazione digitale nelle organizzazioni dovrebbe prestare attenzione alla riforma IL organizzativa cultura, ottimizzando i processi formando i dipendenti del settore turistico e implementando Di più approcci flessibili. (Touroogle Azienda,

Figura 18, Fonte: Tranmautritam su pexels.com 2022).



14. Migliorare le abilità e competenze digitali per la trasformazione digitale: piano d'azione per l'istruzione digitale 2021-2027

In ogni caso di trasformazione digitale, è fondamentale indagare se la teoria attuale si applica alla realtà o se esiste un divario e indagare non solo i media digitali ma anche il modo in cui l'esatto gruppo di utenti specifico del caso interagisce con i media. Per comprendere la digitalizzazione dobbiamo studiare gli utenti. "I clienti non vedono i cellulari come semplici canali. Per loro i cellulari sono uno stile di vita." (Brian Solis, 2016)

Non solo la maggior parte dei professionisti dell'ospitalità può vedere la prova evidente che molti cambiamenti e sviluppi del mercato esterno sono guidati dal digitale, ma può anche sperimentare gli effetti immediati che ciò ha sulla propria pratica sul posto di lavoro e come idealmente semplifica i processi. Durante il Covid-19, i ristoranti hanno introdotto più codici QR in sostituzione delle carte dei menu stampate. Oltre a prevenire la diffusione del Covid-19, ciò presenta chiari vantaggi dal punto di vista aziendale, come la modifica e l'aggiornamento più semplici dei menu perché può essere fatto digitalmente senza dover stampare nuovi menu. Questa trasformazione digitale comporta chiari vantaggi finanziari per il ristorante poiché i costi dell'elettricità sono limitati poiché gli ospiti utilizzano i propri smartphone, almeno che non li carichino al ristorante. Inoltre, presenta chiari vantaggi sostenibili derivanti da una minore stampa. Tuttavia, per essere digitalmente sostenibili, i ristoranti devono prendere in considerazione l'approvvigionamento di elettricità verde dal proprio fornitore. (Intelligenza, 2016)

"Alcuni anni fa, gli InterContinental Hotels hanno completamente sostituito le Bibbie stampate con versioni digitali caricate su e-reader Kindle. A lungo termine, la mossa potrebbe rivelarsi altamente efficiente. Gli ospiti possono accedere a una varietà di materiale di lettura dai dispositivi per ampliare le opzioni di intrattenimento invece di acquistare e sostituire nuovi libri". (Intelligenza, 2016)

Il Centro europeo per lo sviluppo della formazione professionale (Cedefop, 2018) afferma che i cambiamenti tecnologici sono il principale motore del cambiamento organizzativo.

Secondo l'indagine europea sulle competenze e l'occupazione del Cedefop, circa l'85% di tutti i posti di lavoro nell'UE necessita almeno di un livello di competenze digitali di base. Puntare solo sulle competenze digitali, però, non è sufficiente. È inoltre sempre più richiesto possedere una combinazione di competenze cognitive esocio-emotive quali capacità di cooperazione, apprendimento e comunicazione (Cedefop, 2018, p. 13).

Nell'ambito della comunicazione organizzativa, la nozione di costituzione comunicativa delle organizzazioni (CCO) è al centro di una crescente comprensione teorica. La borsa di studio CCO si basa sull'idea che la comunicazione non lo è



solo uno strumento, e quell'organizzazione emerge, è sostenuta e trasformata dalla comunicazione. (Schoeneborn, D., Vásquez, C., 2017).

Alla pari del CCO, si può sostenere che l'organizzazione dell'ospitalità emerge, viene sostenuta e trasformata dalla trasformazione digitale del lavoro. Ciò significa che potenziare le competenze digitali significa potenziare non solo strumenti e funzioni, ma anche mentalità, prospettive e processi. Le trasformazioni digitali non si limitano a strumenti e funzioni isolati, ma offrono un'opportunità formativa per riprogettare l'intera nozione di organizzazione e ospitalità come la conosciamo. (Busulwa, R., Pickering, M., Mao, I., 2022).

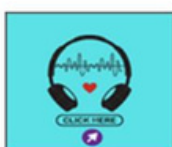
La trasformazione digitale è una forza potente in quanto ha un effetto costitutivo, il che significa che non si limita a trasformare gli strumenti dell'ospitalità, ma ha anche il potenziale per reimmaginare e ricreare tutte le aree dell'ospitalità e persino la mentalità dell'ospitalità. Per spiegare il potere e l'importanza della trasformazione digitale, può essere utile considerare la visione costruzionista sociale dell'organizzazione in cui la comunicazione (digitale) (ri-)costruisce la percezione dell'organizzazione.

Allo stesso modo, la comunicazione digitale e le transazioni digitali scambiano informazioni e modellano anche l'organizzazione dell'ospitalità. La trasformazione digitale trasforma il ruolo e i compiti degli attori dell'ospitalità in ogni ambito, da chi prende gli ordini al McDonalds e chi fa il check-in in aeroporto a chi guida la metropolitana. (Busulwa, R., Pickering, M., Mao, I., 2022).

Questa trasformazione digitale dell'ospitalità ha almeno due ovvie conseguenze per le imprese. Le aziende possono ridurre i costi del personale oppure trasferire il ruolo del dipendente e lasciarlo libero di svolgere un compito diverso che non può ancora essere sostituito dai robot. Gran parte del cambiamento e dell'innovazione nella maggior parte dei settori, mercati e organizzazioni deriva dalla trasformazione digitale. Per fare qualche esempio di ospitalità, basti pensare alle OTA come Hotels.com, Booking.com e Trip.com oppure Airbnb, Uber, Trustpilot.com e Tripadvisor.com. Gli esempi mostrano che i nuovi arrivati nel settore dell'ospitalità sembrano sfruttare le proprie competenze digitali e tutte le opportunità molto più delle aziende esistenti. Si potrebbe forse sostenere che i nuovi arrivati sul mercato sperimentano di più con le proprie competenze digitali rispetto alle aziende già affermate che si affidano a modelli di business e abitudini più vecchi.

Forse le aziende esistenti percepiscono la digitalizzazione come difficile da abbracciare pienamente a causa di tutti i cambiamenti che comporta, mentre le nuove aziende non hanno una base esistente e quindi devono costruire tutto da zero e in questo modo percepiscono la trasformazione digitale in modo molto più positivo e con un interesse maggiore in una comprensione costitutiva della trasformazione digitale e della relazione organizzativa.

“Per realizzare in modo efficace questo imperativo della trasformazione digitale sono necessarie capacità organizzative nuove e migliorate come l'innovazione digitale (ad esempio, vedere Warner



e Wäger, 2019; Nambisan et al., 2017), coinvolgimento digitale del cliente (ad esempio, vedi Eigenraam et al., 2018), gestione dell'esperienza digitale del cliente (ad esempio, vedi Weill e Woerner, 2013) e altro ancora. (Busulwa, R., Pickering, M., Mao, I., 2022).

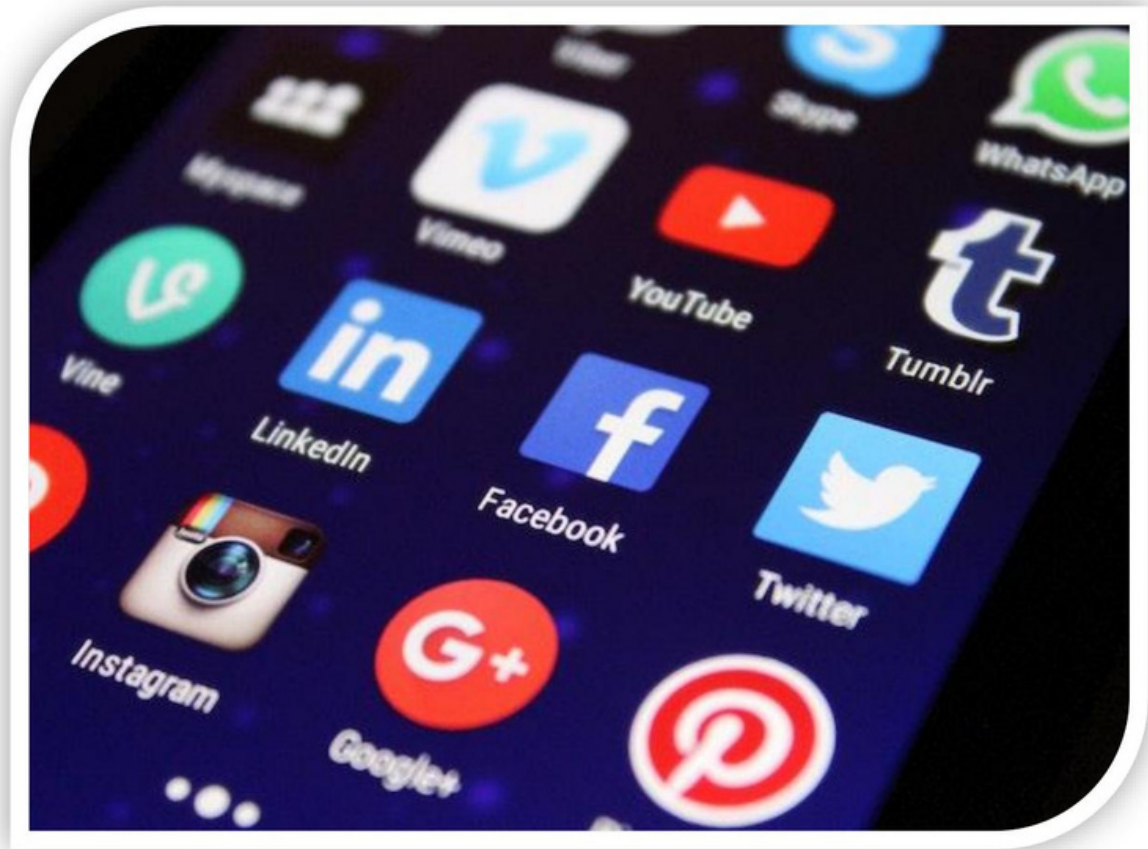
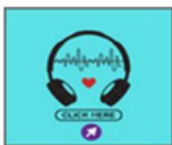


Figura 19, Fonte: Pixabay su pexels.com



15. Sviluppare competenze digitali per l'occupabilità nel settore dell'ospitalità: coinvolgere e supportare le parti interessate con l'uso di DigComp 2.0, 2.1, 2.2.

Per aderire alle comunità di pratica (CoP) correlate a DigComp:

Esistono due CoP a sostegno dell'attuazione del DigComp negli Stati membri:

la CoP DigComp e la CoP di Certificazione delle Competenze Digitali.

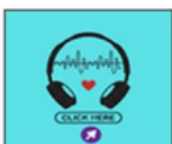
Entrambi sono ospitati da All Digital, che offre diversi punti di interesse su DigComp dalla politica, ricerca, istruzione e formazione all'occupabilità e allo sviluppo delle risorse umane, progetti di inclusione e altri. CoP DigComp e certificazione delle competenze digitali CoP ospitata da All Digital. Le CoP sono gratuite e aperte a tutte le parti interessate.

DigComp è stato pubblicato per la prima volta nel 2013, come quadro di riferimento per supportare lo sviluppo delle competenze digitali degli individui in Europa. DigComp descrive quali competenze sono necessarie oggi per utilizzare le tecnologie digitali in modo sicuro, critico, collaborativo e creativo per raggiungere obiettivi relativi al lavoro, all'apprendimento, al tempo libero, all'inclusione e alla partecipazione nella nostra società digitale. (Commissione europea, 2018).

La gestione e il coinvolgimento degli stakeholder offrono un ampio bacino di risorse a cui attingere se le aziende riescono a motivare gli stakeholder a partecipare al processo di creazione di valore. In questo caso è utile essere un'azienda con uno scopo, avere una causa convincente oltre ai profitti. La sostenibilità si presta ad essere il fattore di coinvolgimento degli stakeholder. La ricerca tra i millennial sembra offrire prove del fatto che i millennial sono molto motivati dalla sostenibilità e che hanno un forte interesse nel potenziare l'agenda verde. **“L'87% [dei millennial] sarebbe più fedele a un'azienda che li aiuta a contribuire alle questioni sociali e ambientali”**. (Fischer, D., 2018).

I Millennial nascono digitali, il che significa che sono formati nella ricerca di informazioni tramite smartphone sui problemi e avranno Internet e i social media a loro disposizione per condividere i difetti e le lacune di sostenibilità che potrebbero identificare nelle aziende che cercano di fare green wash. “Le aziende devono stare attente a scegliere semplicemente un problema sociale affinché appaia bello e significativo sul proprio sito web”. (Fischer, D., 2018).

Il ritmo veloce della digitalizzazione è problematico perché rende difficile la pianificazione strategica e la strategia lineare. “La digitalizzazione e il Web 4.0 stanno ridefinendo i posti di lavoro e lo stanno facendo



creandone anche di nuovi, il che richiede nuove competenze e abilità (Hsu, 2018).

Ciò porta all'importante questione di come sono attualmente coperte le competenze digitali nelle organizzazioni turistiche e quali sono le aspettative per il futuro". (Carlisle, S., Ivanov, S., Dijkmans, C., 2021).

Le organizzazioni e i lavoratori devono adattarsi anche questo in molti casi non è sufficiente perché molte organizzazioni e posti di lavoro semplicemente non esisteranno nel prossimo futuro. (Carlisle, S., Ivanov, S., Dijkmans, C., 2021).

Un modo per rendere l'organizzazione più capace di sostenere potrebbe essere quello di sviluppare la competenza digitale. Ciò richiede una struttura e un'architettura organizzativa che supporti non solo dipendenti ma anche i principali gruppi di stakeholder dell'organizzazione, consentendo alle parti interessate di lavorare insieme sulle stesse piattaforme digitali. (Carlisle, S., Ivanov, S., Dijkmans, C., 2021).

“Secondo Langford et al. (2019), il futuro dell'esperienza di viaggio dovrebbe essere una miscela perfetta di talento e tecnologia in cui le macchine hanno il compito di svolgere una parte maggiore del lavoro basato su computer, liberando così gli esseri umani per fornire esperienze di servizio migliori e connessioni più significative e consentendo alle grandi aziende di interagire con i propri clienti in modi simili a quelli delle piccole imprese che conoscono davvero i propri clienti. (Carlisle, S., Ivanov, S., Dijkmans, C., 2021).

La nozione di organizzazione postmoderna sostiene che il lavoro sempre più spesso non avviene solo all'interno dell'organizzazione. I confini di ciò che chiamiamo organizzazione sono diventati molto più confusi e poco chiari poiché la creazione di valore avviene sempre più in un processo di co-creazione strutturato in rete con le parti interessate che non si limita ai precedenti confini dell'organizzazione.

La rete digitale offre la possibilità di connettere, potenziare e ristrutturare il processo di creazione di valore tra i principali stakeholder dell'organizzazione. Tuttavia, uno

Una delle sfide legate allo sviluppo delle competenze digitali tra le parti interessate è il potere delle economie di scala e di scopo, poiché le parti interessate più piccole a volte si astengono dal costruire competenze e sistemi digitali a causa della loro scala limitata e di scopo.

Negli ultimi anni, la giovane generazione di studenti e professionisti del settore alberghiero sembra aver istituzionalizzato l'uso dei prodotti digitali e adottato uno stile di vita digitale. Se questa nozione è vera, ne favorisce l'occupabilità perché si può sostenere che possono avvicinarsi al lavoro con una mentalità più digitale.

Tuttavia, secondo l'articolo intitolato Self-confidence and digital proficiency di Gómez et al, “non ci sono prove sui determinanti sociologici e biografici che influenzano la percezione che i soggetti hanno del proprio livello di competenze digitali,

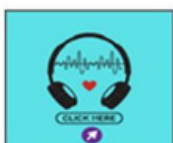
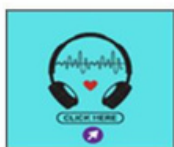




Figura 20, Fonte: Anna Shvet su pexels.com



soprattutto tra i giovani, poiché a questo gruppo generazionale è generalmente associato un elevato livello di competenze digitali”. (Gomez, Orti, Kuriz, 2022).

Il documento sottolinea che l’istruzione domiciliare durante il Covid-19 ha rivelato un divario generale disuguale tra l’auto percezione piuttosto elevata dei giovani delle proprie competenze digitali e le competenze digitali. Per il loro effettivo poter coltivare e costruire la fiducia in se stessi digitali, dobbiamo prima cercare di capire che la mancanza di

la fiducia in se stessi digitali significa che le persone si sentono vulnerabili e insicure. **Secondo Gómez et al., “la vulnerabilità digitale è mediata da modelli culturali acquisiti sull’uso della tecnologia”.** (Gomez, Orti, Kuriz, 2022).

16. Lo sviluppo della fiducia in se stessi rispetto alle competenze green, digitali ed di digitalizzazione

La fiducia in se stessi può essere definita come “un sentimento di fiducia nelle proprie capacità, qualità e giudizio” (Oxford University Press), (2023). È quindi giusto sostenere che è fondamentale operare professionalmente con un certo livello di fiducia in se stessi poiché la professione dell'ospitalità richiede che i suoi professionisti possano utilizzare le proprie capacità, qualità e giudizio in numerose situazioni, come servire gli ospiti e fare decisioni alla reception di un hotel. Un tipico punto cieco emalinteso può essere che un professionista dell'ospitalità possa possedere un buon livello generale di fiducia in se stesso e allo stesso tempo non avere fiducia in se stesso nelle competenze ambientali, digitali e di digitalizzazione.

Ci sono molte spiegazioni a questo, una è che le competenze verdi, digitali e di digitalizzazione non sono state in precedenza, nella maggior parte dei casi, una parte fondamentale del curriculum della formazione o della pratica dell'ospitalità, il che significa che sia le organizzazioni che i professionisti hanno dovuto adattare le loro routine e pratiche che richiede tempo, pazienza e risorse che spesso mancano in un ambiente di ospitalità efficiente e frenetico.

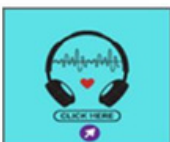
L'ambiente organizzativo frenetico non è l'unica barriera all'apprendimento e alla fiducia in se stessi. Inoltre, la rapida evoluzione e il rapido cambiamento delle competenze digitali fanno sì che le competenze digitali richieste oggi diventino rapidamente obsolete rispetto ai requisiti della realtà di domani, il che può demotivare il management dall'investire in tecnologia e competenze digitali e i dipendenti dall'investire il proprio tempo e i propri sforzi nel verde digitale della propria area di lavoro.

L'elevato livello di turbolenza può far sì che i dipendenti del settore alberghiero si astengano dal voler lavorare con la digitalizzazione e quindi perdano la fiducia in se stessi.

Come le competenze digitali, anche le competenze verdi fanno parte di quello che può essere definito un problema o una sfida malvagia a causa della mancanza di soluzioni e strategie dirette. Le competenze verdi fanno parte di un ambito estremamente complesso poiché la sostenibilità è difficile da isolare. Spesso ha molte implicazioni che possono essere difficili da prevedere e prevedere.

Sempre più professionisti si sono resi conto che l'evoluzione verde digitale è qui per restare e non può essere ignorata. Rendersi conto che questa prospettiva di rapido e turbolento cambiamento è qui per durare significa che i professionisti dell'ospitalità devono accettare di dover abbracciare la digitalizzazione non come un risultato finale ma più come un processo eterno, movimento e stile di vita organizzativo.

Ecco perché si può sostenere che per costruire maggiore fiducia in se stessi, gli studenti, i loro insegnanti e manager devono accettare:

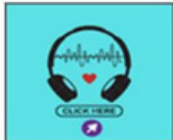


1. il fatto che la tendenza green edigitale sia un treno su cui bisogna salire prima è meglio è.

2. Che concentrarsi sul processo piuttosto che sul risultato finale può aiutare a costruire di più fiducia in se stessi tra i professionisti dell'ospitalità.



Figura 21, Fonte: Manuel Geissinger su pexels.com

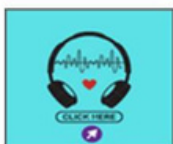


17. Il quadro delle competenze per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile per gli specialisti dell'ospitalità

In DigComp, 5 aree di competenza delineano cosa comporta la competenza digitale. Essi sono i seguenti: Competenza informativa edei dati; Comunicazione e collaborazione; Creazione di contenuti digitali; Sicurezza; e risoluzione dei problemi. (DigComp, 2023). Il quadro DigComp è molto dettagliato emira a otto livelli di competenza. Gli autori del libro hanno progettato **il quadro delle competenze per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile per specialisti dell'ospitalità** concentrandosi sulla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile. Di seguito è riportata una rassegna riepilogativa delle cinque aree di intervento.

Tabella 3: Il quadro delle competenze per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile per gli specialisti dell'ospitalità Sulla base di DigComp 2.2 (2023)

Informazione n edati neal fabetizzazione	comunicare e collaborazione	Creazione di contenuti digitali	Sicurezza <i>Partecipare alla società tempo stesso come Tutelare la salute attraverso la fisica psicologica Utilizzare gli cittadinanza digitale applicare il diritto e conoscere le strumenti digitali pubblica e privata ei d'autore ele licenze tecnologie digitali per innovare servizi per l'ospitalità per il benessere processi e partecipativi, sostenibile e la sua sociale prodotti l'ospitalità perdigitalizzazione.e l'inclusione per sostenibile ela sociale all'interno la digitalizzazione sua digitalizzazione.dell'azienda dell'ospitalità ricettiva per sostenibile un'ospitalità sostenibile e la sua Per restare digitalizzazione.aggiornati sull'evoluzione digitale per la digitalizzazione dell'ospitalità</i>	Risoluzione dei problemi
<p>Articolare Interagire, comunicare informazioni ecollaborare per localizzare eaattraverso le tecnologie digitali recuperare dati digitali, pur essendo consapevoli delle informazioni culturali e dei contenuti e generazionali per la diversità ospitalità sostenibile ospitalità e digitalizzazione</p> <p>Giudicare la rilevanza della fonte edel suo contenuto per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile</p> <p>Archiviare, gestire e organizzare dati, informazioni e contenuti digitali per l'ospitalità sostenibile</p>	<p>Gestire la propria Sapere dare comprensibil presenza digitale e quella e istruzioni per un dell'organizzazione, sistema informatico reputazione l'identitdài eun il' a fozrienda sostenibilealberghie ra per</p>	<p>Creare e modificare contenuti digitali per l'ospitalità sostenibile e la digitalizzazione</p>	<p>Proteggere Identificare bisogni dispositivi, e problemi e contenuti, risolvere dati personali e problemi privacy negli concettuali e ambienti situazioni di esso.digitali dell'azienda problematiche ricettiva per la nell'ambiente Migliorare e integrare digitalizzazione digitale le informazioni e i sostenibile contenuti di un dell'ospitalità.Sper digitalizzazione dello corpus di conoscenze la digitalizzazione stessoesistente, dell'ospitalità</p>	



digitalizzazione

digitalizzazione
dell'ospitalitàdigitalizzazione
dell'ospitalità
sostenibileEssere consapevoli
dell'ambiente

L'impatto delle

tecnologie digitali
e il loro utilizzo

per

la

digitalizzazione

dell'ospitalità sostenibile



Tabella 4: 1.1 NAVIGAZIONE, RICERCA E FILTRAGGIO DI DATI, INFORMAZIONI E CONTENUTI DIGITALI per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile
Sulla base di DigComp 2.2 (2023)

AREA DI COMPETENZA DIMENSIONALE 1	COMPETENZA DIMENSIONE 2
1. INFORMAZIONE E COMPETENZA DEI DATI	<p>1.1 NAVIGAZIONE, RICERCA E FILTRAGGIO DEI DATI, INFORMAZIONI E CONTENUTI DIGITALI per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile</p> <p>Articolare bisogni informativi, ricercare dati, informazioni e contenuti negli ambienti digitali, per accedere e navigare tra di essi. Creare e aggiornare strategie di ricerca personali per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità</p>

Tabella 5: 1.2 VALUTAZIONE DI DATI, INFORMAZIONI E CONTENUTI DIGITALI
Sulla base di DigComp 2.2 (2023)

DIMENSIONE COMPETENZA 1	DIMENSIONE COMPETENZE
1. INFORMAZIONE E VALUTAZIONE DEI DATI CONTENUTI	<p>1.2 , INFORMAZIONI E COMPETENZA DEI DATI DIGITALI per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile</p> <p>Analizzare, confrontare e valutare criticamente la credibilità e l'affidabilità delle fonti di dati, informazioni e contenuti digitali, analizzare, interpretare e valutare criticamente dati, informazioni e contenuti digitali per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità</p>

Tabella 6: 1.3 GESTIONE DATI, INFORMAZIONI E CONTENUTI DIGITALI per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile
Sulla base di DigComp 2.2 (2023)

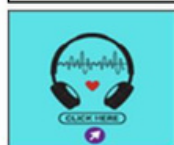
AREA DI COMPETENZA DIMENSIONALE 1	COMPETENZA DIMENSIONE 2
1. INFORMAZIONE E COMPETENZA DEI DATI	<p>1.3 GESTIONE DATI, INFORMAZIONI E CONTENUTI DIGITALI per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile</p> <p>Organizzare, archiviare e recuperare dati, informazioni e contenuti in ambienti digitali, organizzarli ed elaborarli in un ambiente strutturato per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile</p>

Tabella 7: 2.1 INTERAGIRE ATTRAVERSO LE TECNOLOGIE DIGITALI per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile Sulla base di DigComp 2.2 (2023)	
AREA DI 1 COMPETENZA DIMENSIONALE	COMPETENZA DIMENSIONE 2
2. COMUNICAZIONE E COLLABORAZIONE	2.1 TECNOLOGIE DIGITALI INTERAATTREANVTERRI pSOer la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile Interagire attraverso una varietà di tecnologie digitali e comprendere la comunicazione digitale appropriata per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile

Tabella 8: 2.2 CONDIVISIONE ATTRAVERSO LE TECNOLOGIE DIGITALI per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile Sulla base di DigComp 2.2 (2023)	
AREA DI 1 COMPETENZA DIMENSIONALE	COMPETENZA DIMENSIONE 2
2. COMUNICAZIONE E COLLABORAZIONE	2.2 CONDIVISIONE ATTRAVERSO LE TECNOLOGIE DIGITALI Condividere dati, informazioni e contenuti digitali con altri attraverso tecnologie digitali adeguate, a agire come intermediario, conoscere le pratiche di referenziazione e attribuzione per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile

Tabella 9: 2.3 COINVOLGERE LA CITTADINANZA ATTRAVERSO LE TECNOLOGIE DIGITALI per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità Sulla base di DigComp 2.2 (2023)	
AREA DI 1 COMPETENZA DIMENSIONALE	COMPETENZA DIMENSIONE 2
2. COMUNICAZIONE E COLLABORAZIONE	2.3 COINVOLGERE LA CITTADINANZA ATTRAVERSO LE TECNOLOGIE DIGITALI per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità Partecipare alla società attraverso la fruizione dei servizi digitali pubblici e privati, ricercare opportunità per l'auto-responsabilizzazione e per la cittadinanza partecipativa attraverso tecnologie digitali adeguate per garantire la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile

Tabella 10: 2.4 COLLABORARE ATTRAVERSO LE TECNOLOGIE DIGITALI per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità Sulla base di DigComp 2.2 (2023)	
AREA DI 1 COMPETENZA DIMENSIONALE	COMPETENZA DIMENSIONE 2
2. COMUNICAZIONE E COLLABORAZIONE	2.4 ATTRAVERSO LE TECNOLOGIE DIGITALI per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità Utilizzare strumenti e tecnologie digitali per processi collaborativi e per la co-costruzione e la co-creazione di dati, risorse e conoscenze per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità



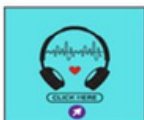
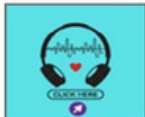


Tabella 11: 2.5 NETIQUETTE per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità Sulla base di DigComp 2.2 (2023)	
AREA DI 1 COMPETENZA DIMENSIONALE	COMPETENZA DIMENSIONE 2
2. COMUNICAZIONE E COLLABORAZIONE	2.5 NETIQUETTE per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità Essere consapevoli delle norme comportamentali edel know-how durante l'utilizzo delle tecnologie digitali el'interazione nel digitale Ambienti, per adattare le strategie di comunicazione al pubblico specifico ed essere consapevoli della diversità culturale egenerazionale negli ambienti digitali per garantire la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile

Tabella 12: 2.6 GESTIONE DELL'IDENTITÀ DIGITALE per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità Sulla base di DigComp 2.2 (2023)	
AREA DI 1 COMPETENZA DIMENSIONALE	COMPETENZA DIMENSIONE 2
2. COMUNICAZIONE E COLLABORAZIONE	2.6 GESTIRE L'IDENTITÀ DIGITALE per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità Creare e gestire una opii identità digitali, essere in grado di proteggere la propria reputazione, gestire idati che si producono attraverso diversi strumenti, ambienti eserizi digitali per garantire la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile

Tabella 13: 3.1 SVILUPPO DI CONTENUTI DIGITALI per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità Sulla base di DigComp 2.2 (2023)	
AREA DI 1 COMPETENZA DIMENSIONALE	COMPETENZA DIMENSIONE 2
3.CREAZIONE DI CONTENUTI DIGITALI	3.1 SVILUPPO DI CONTENUTI DIGITALI per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità Creare e modificare contenuti digitali in diversi formati, esprimersi attraverso mezzi digitali per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità

Tabella 14: 3.2 INTEGRARE ERIELABORARE I CONTENUTI DIGITALI per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità Sulla base di DigComp 2.2 (2023)	
AREA DI 1 COMPETENZA DIMENSIONALE	COMPETENZA DIMENSIONE 2
3. CREAZIONE DI CONTENUTI DIGITALI	3.2 INTEGRARE ERIelaborare CONTENUTI DIGITALI per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità Modificare, perfezionare eintegrare nuove informazioni econtenuti in un corpo di conoscenze esistente e



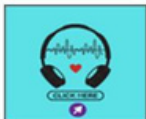
	risorse per creare contenuti econoscenze nuovi, originali e pertinenti per garantire la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile
--	--

Tabella 15: 3.3 COPYRIGHT E LICENZE per garantire la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile Sulla base di DigComp 2.2 (2023)	
AREA DI 1 COMPETENZA DIMENSIONALE	COMPETENZA DIMENSIONE 2
3. CREAZIONE DI CONTENUTI DIGITALI	3.3 COPYRIGHT ELICENZE per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità Comprendere come il diritto d'autore e le licenze si applicano alle informazioni eai contenuti digitali per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità

Tabella 16: 3.4 PROGRAMMAZIONE per garantire la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile Sulla base di DigComp 2.2 (2023)	
AREA DI 1 COMPETENZA DIMENSIONALE	COMPETENZA DIMENSIONE 2
3. CREAZIONE DI CONTENUTI DIGITALI	3.4 PROGRAMMAZIONE per garantire la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile Pianificare esviluppare una sequenza di istruzioni comprensibili affinché un sistema informatico risolva un determinato problema o esegua un compito specifico per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità

Tabella Sulla base del DigComp 2.2 (2023)16: 4.1 DISPOSITIVI DI PROTEZIONE per garantire la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile	
AREA DI 1 COMPETENZA DIMENSIONALE	COMPETENZA DIMENSIONE 2
4. SICUREZZA	4.1 DISPOSITIVI DI PROTEZIONE per garantire la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile Proteggere idispositivi ei contenuti digitali, comprendere i rischi ele minacce negli ambienti digitali, conoscere le misure di sicurezza e protezione etenere in debito conto l'affidabilità ela privacy per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità

Tabella 17: 4.2 TUTELA DEI DATI PERSONALI EDELLA PRIVACY per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità Sulla base di DigComp 2.2 (2023)	
AREA DI 1 COMPETENZA DIMENSIONALE	COMPETENZA DIMENSIONE 2
4. SICUREZZA	4.2 TUTELA DEI DATI PERSONALI E DELLA PRIVACY per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità



	<p>Proteggere i dati personali e la privacy negli ambienti digitali per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità</p> <p>Comprendere come utilizzare e condividere le informazioni di identificazione personale pur essendo in grado di proteggere se stessi e gli altri dai danni per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità</p> <p>Comprendere che i servizi digitali utilizzano una "politica sulla privacy" per informare su come vengono utilizzati i dati personali per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità</p>
--	--

Tabella 18: 4.3 TUTELA DELLA SALUTE E DEL BENESSERE per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità Sulla base di DigComp 2.2 (2023)

AREA DI 1 COMPETENZA DIMENSIONALE	COMPETENZA DIMENSIONE 2
4. SICUREZZA	<p>4.3 TUTELA DELLA SALUTE E BENESSERE per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità</p> <p>Essere in grado di evitare rischi per la salute e minacce al benessere fisico e psicologico utilizzando le tecnologie digitali per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità</p> <p>Essere in grado di proteggere se stessi e gli altri dai possibili pericoli negli ambienti digitali (ad es. cyberbullismo) per garantire una digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità</p> <p>Essere consapevoli delle tecnologie digitali per il benessere sociale e l'inclusione sociale per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità</p>

Tabella 19: 4.4 TUTELA DELL'AMBIENTE per garantire la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile Sulla base di DigComp 2.2 (2023)

AREA DI 1 COMPETENZA DIMENSIONALE	COMPETENZA DIMENSIONE 2
4. SICUREZZA	<p>4.4 TUTELA DELL'AMBIENTE per garantire la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile</p> <p>Essere consapevoli dell'impatto ambientale delle tecnologie digitali e del loro utilizzo per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità</p>

Tabella 20: 5.1 RISOLUZIONE DEI PROBLEMI TECNICI per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità Sulla base di DigComp 2.2 (2023)

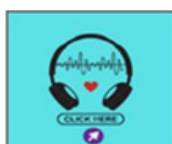
AREA DI 1 COMPETENZA DIMENSIONALE	COMPETENZA DIMENSIONALE 2
5. SOLUZIONE DI PROBLEMI	<p>5.1 RISOLUZIONE DI PROBLEMI TECNICI per garantire la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile</p> <p>Identificare i problemi tecnici durante l'utilizzo dei dispositivi e l'utilizzo degli ambienti digitali e risolverli (da</p>

	dal problem-solving alla soluzione di problemi più complessi) per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità
--	---

Tabella 21: 5.2 IDENTIFICARE ESIGENZE ERISPOSTE TECNOLOGICHE per garantire un'ospitalità sostenibile digitalizzazione Sulla base di DigComp 2.2 (2023)	
AREA DI 1 DIMENSIONE COMPETENZA	2 DIMENSIONALECOMPETENZA
5. RISOLUZIONE DEI PROBLEMI	<p>5.2. IDENTIFICARE ESIGENZE E RISPOSTE TECNOLOGICHE per garantire la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile</p> <p>Valutare i bisogni e identificare, valutare, selezionare e utilizzare gli strumenti digitali e le possibili risposte tecnologiche e risolverli per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità</p> <p>Adattare e personalizzare gli ambienti digitali in base alle esigenze personali (ad esempio accessibilità) per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità</p>

Tabella 22: 5.3 UTILIZZO CREATIVO DELLA TECNOLOGIA DIGITALE per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità Sulla base di DigComp 2.2 (2023)	
AREA DI 1 DIMENSIONE COMPETENZA	2 COMPETENZA DIMENSIONALE
5. SOLUZIONE DI PROBLEMI	<p>5.3 UTILIZZO CREATIVO DELLA TECNOLOGIA DIGITALE per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità. Utilizzare strumenti e tecnologie digitali per creare conoscenza e innovare processi e prodotti. Impegnarsi individualmente e collettivamente nell'elaborazione cognitiva per comprendere e risolvere problemi concettuali e situazioni problematiche negli ambienti digitali</p> <p>per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità</p>

Tabella 23: 5.4 IDENTIFICAZIONE DEI GAP DI COMPETENZE DIGITALI per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità Sulla base di DigComp 2.2 (2023)	
AREA DI 1 DIMENSIONE COMPETENZA	2 COMPETENZA DIMENSIONALE
5. SOLUZIONE DEI PROBLEMI	<p>5.4 IDENTIFICAZIONE DEI GAP DI COMPETENZE DIGITALI per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità</p> <p>Comprendere dove è necessario migliorare o aggiornare la propria competenza digitale per garantire una digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità. Essere in grado di supportare gli altri con lo sviluppo delle loro competenze digitali per garantire la digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità</p> <p>Cercare opportunità di auto-sviluppo e mantenerle al passo con l'evoluzione digitale per garantire la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile.</p>



18. Quadro delle competenze digitali per i cittadini Sulla base di DigComp 2.0, 2.1, 2.2

Quanto segue si basa sull'edizione DigCom 2.2. Nel marzo 2022 è stata pubblicata questa quarta edizione/ iterazione del framework.

Il Quadro delle competenze digitali per i cittadini (DigComp) fornisce una comprensione comune di cosa sia la competenza digitale.

"...l'uso fiducioso, critico e responsabile e l'impegno con le tecnologie digitali per l'apprendimento, il lavoro e la partecipazione alla società.

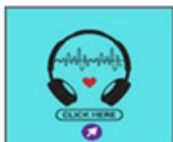
È definita come una combinazione di conoscenze, abilità e attitudini". (Raccomandazione del Consiglio sulle competenze chiave per l'apprendimento permanente, 2018).

Lo scopo del quadro è aiutare i cittadini dell'UE a diventare digitalmente competenti. DigComp viene utilizzato per molteplici scopi, come la progettazione di strumenti di valutazione delle competenze, la creazione di corsi e materiali di formazione e l'identificazione di profili digitali professionali, nei contesti occupazionali, di istruzione e formazione ed inclusione sociale. In questo contesto ci concentriamo sul significato e sull'uso del DigComp in un contesto digitale sostenibile nel settore dell'ospitalità.



Sebbene le competenze digitali si concentrino sulle competenze digitali sia come cittadino europeo che come dipendente europeo. (Commissione europea, *Quadro DigComp 2.2* 2022)

Nel testo seguente le diverse aree di interesse del quadro verranno spiegate molto brevemente e inserite nel contesto del business dell'ospitalità.



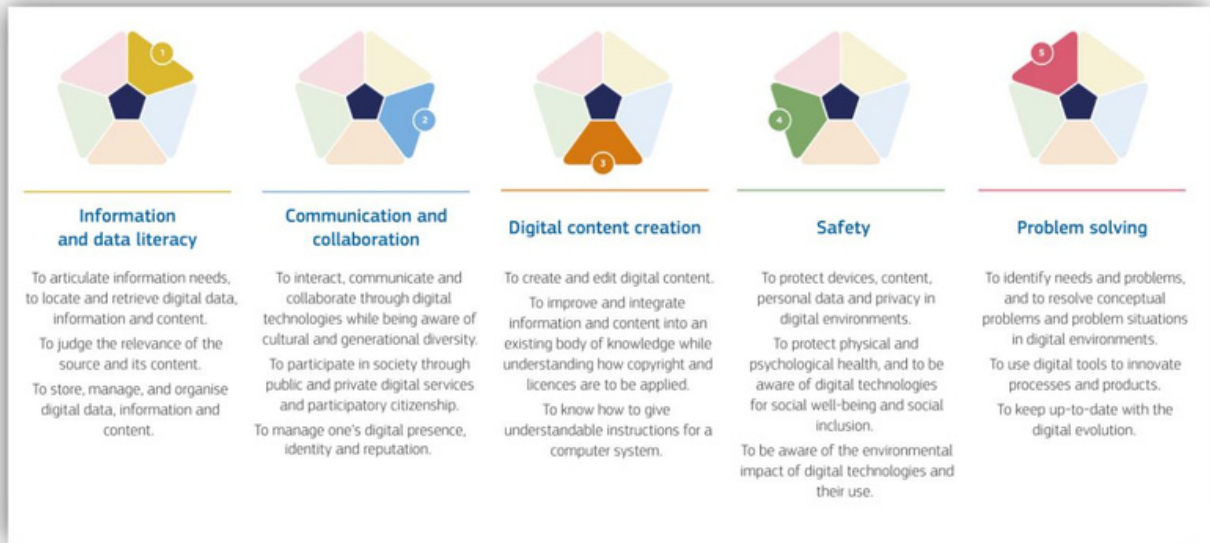
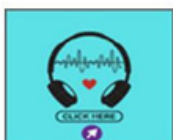


Figura 23, Fonte: Framework DigComp 2.2



Figura 24, framework Source DigCopmp 2.2

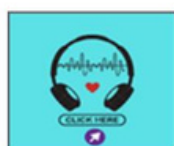


18.1. INFORMATION AND DATA LITERACY

Tabella 24: Competenza in materia di informazioni edati

COMPETENZA	ESEMPI
<p>RICERCA E FILTRAGGIO DEI DATI</p> <p>Navigazione, ricerca e filtraggio di dati, informazioni e contenuti digitali Articolare bisogni informativi, ricercare dati, informazioni e contenuti negli ambienti digitali, accedere e navigare tra essi. Per creare e aggiornare strategie di ricerca personali.</p>	<p>CONOSCENZE</p> <p>Consapevoli del fatto che i risultati di ricerca, i flussi di attività dei social media, i consigli sui contenuti su Internet sono influenzati da una serie di fattori. Questi fattori includono i termini di ricerca utilizzati, il contesto (ad esempio la posizione geografica), il dispositivo (ad esempio un laptop o un telefono cellulare), le normative locali (che a volte determinano cosa può o non può essere mostrato), il comportamento di altri utenti (ad esempio ricerche di tendenza o raccomandazioni) e il comportamento online passato dell'utente su Internet.</p>
<p>INFORMAZIONI E CONTENUTI DIGITALI</p> <p>Valutazione di dati, informazioni e contenuti digitali Analizzare, confrontare e valutare criticamente la credibilità e l'affidabilità delle fonti di dati, informazioni e contenuti digitali. Analizzare, interpretare e valutare criticamente dati, informazioni e contenuti digitali.</p>	<p>Sviluppa metodi di ricerca efficaci per scopi personali (ad esempio per sfogliare un elenco dei film più popolari) e professionali (ad esempio per trovare annunci di lavoro appropriati).</p>
<p>NAVIGAZIONE</p> <p>Gestire dati, informazioni e contenuti digitali Organizzare, archiviare e recuperare dati, informazioni e contenuti in ambienti digitali. Organizzarli ed elaborarli in un ambiente strutturato.</p>	<p>Preoccupato che molte informazioni e contenuti online potrebbero non essere accessibili alle persone con disabilità, ad esempio agli utenti che si affidano a tecnologie di lettura dello schermo per leggere ad alta voce il contenuto di una pagina web</p>

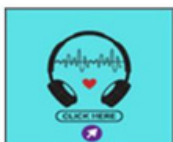
Fonte: quadro DigComp 2.2



18.2. COMMUNICATION AND COLLABORATION

Tabella 25: Comunicazione e collaborazione	
ESEMPI DI COMPETENZE INTERAGIRE ATTRAVERSO IL DIGITALE	
<p>Consapevole di quali strumenti e TECNOLOGIE di comunicazione</p> <p>I servizi (ad esempio telefono, e-mail, video Per interagire attraverso una varietà di conferenze digitali, social network, podcast) sono tecnologie e da comprendere appropriate in circostanze specifiche (ad esempio, la comunicazione digitale appropriata significa sincrona, asincrona), a seconda di un dato contesto.</p> <p>il pubblico, il contesto e lo scopo della comunicazione.</p> <p>Consapevoli che alcuni strumenti e servizi forniscono anche una dichiarazione di accessibilità. (DA)</p>	
CONDIVISIONE ATTRAVERSO LE TECNOLOGIE Disponibilità a condividere competenze su Internet, ad	
<p>DIGITALI esempio intervenendo nei forum online, contribuendo a</p> <p>Condividere dati, informazioni e contenuti digitali con altri Wikipedia o creando risorse educative aperte. Aperto alla attraverso tecnologie digitali adeguate. Agire come condivisione di contenuti digitali che potrebbero essere intermediario, conoscere le pratiche di referenziazione e interessanti e utili ad altri.</p> <p>attribuzione</p>	
COINVOLGERE LA CITTADINANZA ATTRAVERSO LE TECNOLOGIE DIGITALI Consapevole delle piattaforme della società civile su Internet che offrono opportunità ai cittadini di partecipare ad azioni	
<p>Partecipare alla società attraverso l'uso dei servizi digitali mirate allo sviluppo globale per raggiungere obiettivi di pubblici e privati. Cercare opportunità di auto-sostenibilità a livello locale, regionale, nazionale, europeo e responsabilizzazione e di cittadinanza partecipativa internazionale.</p> <p>attraverso tecnologie digitali adeguate.</p>	
COLLABORARE ATTRAVERSO LE TECNOLOGIE DIGITALI Mentre organizzo un evento per la mia organizzazione, posso risolvere i problemi che sorgono durante la scrittura	
<p>Utilizzare strumenti e tecnologie digitali per processi e la comunicazione in ambienti digitali (ad esempio collaborativi e per la co-costruzione e la co-creazione di commenti inappropriati sulla mia organizzazione in un dati, risorse e conoscenza.social network).</p> <p>Posso creare regole da questa pratica affinché i miei colleghi attuali e futuri possano implementarle e utilizzarle come guida.</p>	
GESTIONE DELL'IDENTITÀ DIGITALE Sono in grado di proporre e utilizzare diverse strategie mediatiche (ad esempio sondaggio su FaceBook, hashtag su Instagram e Twitter) per consentire ai cittadini della mia città di partecipare alla definizione dei temi principali di un evento sull'uso dello zucchero nella produzione alimentare.	
<p>Creare e gestire una opzione identità digitali, poter tutelare la propria reputazione, fronteggiare le</p> <p>dati che si producono attraverso diversi strumenti, ambienti e servizi digitali.</p>	
NETIQUETTE	
<p>Essere consapevoli delle norme comportamentali e del know-how durante l'utilizzo delle tecnologie digitali e l'interazione in ambienti digitali.</p> <p>Adattare le strategie di comunicazione al pubblico specifico ed essere consapevoli della diversità culturale e generazionale negli ambienti digitali.</p>	<p>Consapevole del significato dei messaggi non verbali (ad esempio faccine, emoji) utilizzati negli ambienti digitali (ad esempio social media, messaggistica istantanea) e sapendo che il loro utilizzo può differire culturalmente tra paesi e comunità.</p>

Fonte: quadro DigComp 2.2

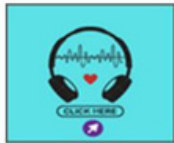


18.3. DIGITAL CONTENT CREATION

Tabella 26: Creazione di contenuti digitali

COMPETENZA ESEMPI	
<p>NELLO SVILUPPO DI CONTENUTI DIGITALI</p> <p>sviluppare un breve corso (tutorial) per formare il personale su una nuova procedura da applicare Creare e modificare contenuti digitali in diversi formati, esprimere attraverso mezzi digitali nell'organizzazione Con l'aiuto di un collega (che ha competenze digitali avanzate e al quale posso consultare ogni volta che ne ho bisogno) avendo come supporto un video tutorial con i passaggi su come farlo:</p>	
<p>COPYRIGHT ELICENZE</p> <p>Comprendere come il copyright e le licenze si applicano alle informazioni e ai contenuti digitali.</p>	<p>Sa che i contenuti, i beni e i servizi digitali potrebbero essere protetti dai diritti di proprietà intellettuale (IP) (ad esempio copyright, marchi, design, brevetti).</p>
<p>PROGRAMMAZIONE</p> <p>Sa che i programmi per computer sono costituiti da istruzioni, scritte secondo regole rigide in un linguaggio di programmazione. Pianificare e sviluppare una sequenza di istruzioni per un sistema informatico per risolvere un dato problema o eseguire un compito specifico.</p>	

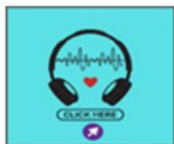
Fonte: quadro DigComp 2.2



18.4. SAFETY

Tabella 27: Sicurezza	
DISPOSITIVI DI GLI ESEMPI	
<p>PROTEZIONE DELLA COMPETENZA</p> <p>possono proteggere l'account Twitter aziendale utilizzando (ad esempio una password complessa, comprendere i rischi e le minacce negli ambienti digitali. Conoscere le misure di sicurezza e come farlo. protezione etenere in debito conto l'affidabilità e la privacy.</p>	<p>Proteggere idispositivi e i contenuti digitali e diversi metodi digitali. Conoscere le misure di sicurezza e come farlo. protezione etenere in debito conto l'affidabilità e la privacy.</p>
<p>TUTELA DEI DATI PERSONALI E DELLA PRIVACY</p> <p>può valutare se idati personali vengono utilizzati sul Twitter aziendale in modo appropriato secondo la legge europea sulla protezione dei dati esul diritto all'oblio. Per proteggere i dati personali e la privacy negli ambienti digitali. Comprendere come utilizzare e condividere le informazioni di identificazione personale pur essendo in grado di proteggere se stessi e gli altri dai danni. Comprendere che i servizi digitali utilizzano una "Informativa sulla privacy" per informare su come vengono utilizzati i dati personali.</p>	<p>può valutare se idati personali vengono utilizzati sul Twitter aziendale in modo appropriato secondo la legge europea sulla protezione dei dati esul diritto all'oblio.</p>
<p>TUTELA DELLA SALUTE EDEL BENESSERE</p> <p>Essere in grado di evitare rischi per la salute e minacce al benessere fisico e psicologico durante l'utilizzo delle tecnologie digitali. Essere in grado di proteggere se stessi e gli altri dai possibili pericoli presenti negli ambienti digitali (es. cyber bullismo). Essere consapevoli delle tecnologie digitali per il benessere sociale e l'inclusione sociale.</p>	<p>Sa applicare, per sé eper gli altri, una serie di strategie di monitoraggio e limitazione dell'uso digitale (es. regole e accordi sui tempi senza schermo, disponibilità ritardata di dispositivi per bambini, installazione di limiti di tempo e software di filtro).</p>
<p>PROTEZIONE DELL'AMBIENTE</p> <p>Essere consapevoli dell'impatto ambientale delle tecnologie digitali e dei loro utilizzo.</p>	<p>Sa utilizzare gli strumenti digitali per migliorare l'impatto ambientale e sociale del proprio comportamento di consumo (ad esempio ricercando prodotti locali, ricercando accordi collettivi eopzioni di car pooling per i trasporti).</p>

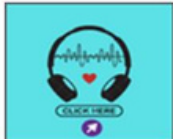
Fonte: quadro DigCopmp 2.2



18.5. PROBLEM SOLVING

Tabella 28: Risoluzione dei problemi	
COMPETENZA ESEMPI	
<p>NELLA RISOLUZIONE DI PROBLEMI TECNICI</p> <p>Identificare i problemi tecnici durante il funzionamento dei dispositivi e l'utilizzo degli ambienti digitali (dalla risoluzione dei problemi alla risoluzione di problemi più complessi).</p> <p>setto.</p> <p>Aiutato da un collega del dipartimento IT: • Posso creare un video illustrato che risponda a domande sull'uso sostenibile dei dispositivi digitali nelle organizzazioni del mio settore, da condividere su Twitter ed utilizzare da parte del personale ed altri professionisti del settore.</p>	<p>Aiutato da un collega del dipartimento IT: • Posso creare un video illustrato che risponda a domande sull'uso sostenibile dei dispositivi digitali nelle organizzazioni del mio settore, da condividere su Twitter ed utilizzare da parte del personale ed altri professionisti del settore.</p>
<p>IDENTIFICARE ESIGENZE E RISPOSTE TECNOLOGICHE</p> <p>Valutare i bisogni e identificare, valutare, selezionare e utilizzare gli strumenti digitali e le possibili risposte tecnologiche e risolverli.</p> <p>Adattare e personalizzare gli ambienti digitali alle esigenze personali (ad esempio, accessibilità).</p>	
<p>TECNOLOGIA UTILIZZANDO DIGITALE</p> <p>CREATIVA</p> <p>Utilizzare strumenti e tecnologie digitali per creare conoscenza e innovare processi e prodotti. Impegnarsi individualmente e collettivamente nell'elaborazione cognitiva per comprendere e risolvere problemi concettuali e situazioni problematiche negli ambienti digitali.</p> <p>IDENTIFICARE GAP DI COMPETENZE DIGITALI</p>	
<p>Capire dove è necessario migliorare o aggiornare la propria competenza digitale. Essere in grado di supportare gli altri nello sviluppo delle loro competenze digitali. Cercare opportunità di auto-sviluppo e mantenersi aggiornati con l'evoluzione digitale.</p>	

Fonte: quadro DigCopmp 2.2



19. Approcci per integrare la sostenibilità ESDGC nel contenuto della digitalizzazione dell'ospitalità

Innanzitutto deve essere chiaro il significato della sigla ESDGC. Significa Educazione allo Sviluppo Sostenibile e alla Cittadinanza Globale. Un piano mondiale negoziato in sede Unesco che mira a mettere al centro l'educazione e la formazione di tutti i cittadini del mondo – il cittadino globale – come strumento per raggiungere gli SDG (obiettivi di sviluppo sostenibile). L'SDG 4 è al centro dell'attenzione perché dobbiamo rafforzare l'istruzione e l'apprendimento/riorientamento. (UNESCO, 2022).

Per essere in grado di pianificare attività di apprendimento che promuovano la sostenibilità, è necessario che ci sia un altro focus oltre alle competenze dirette necessarie per lavorare con la digitalizzazione nel settore dell'ospitalità. Non importa se sei un insegnante, uno studente o un dipendente del settore.

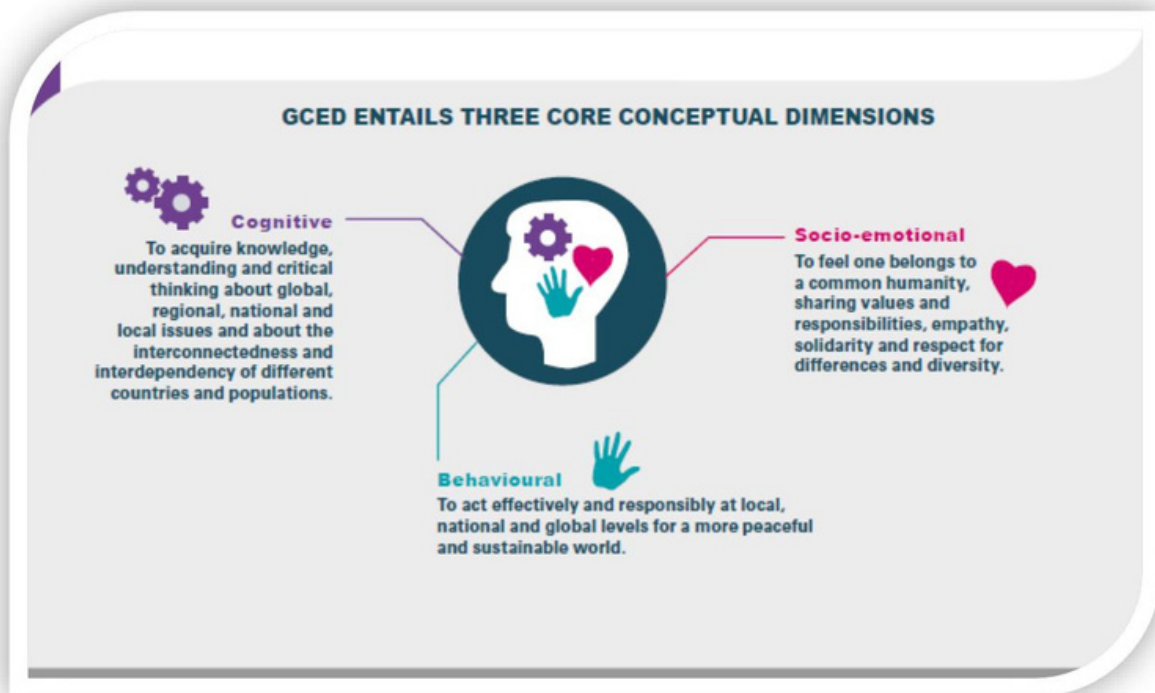
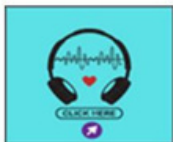


Figura 25, Fonte: UNESCO, 2022



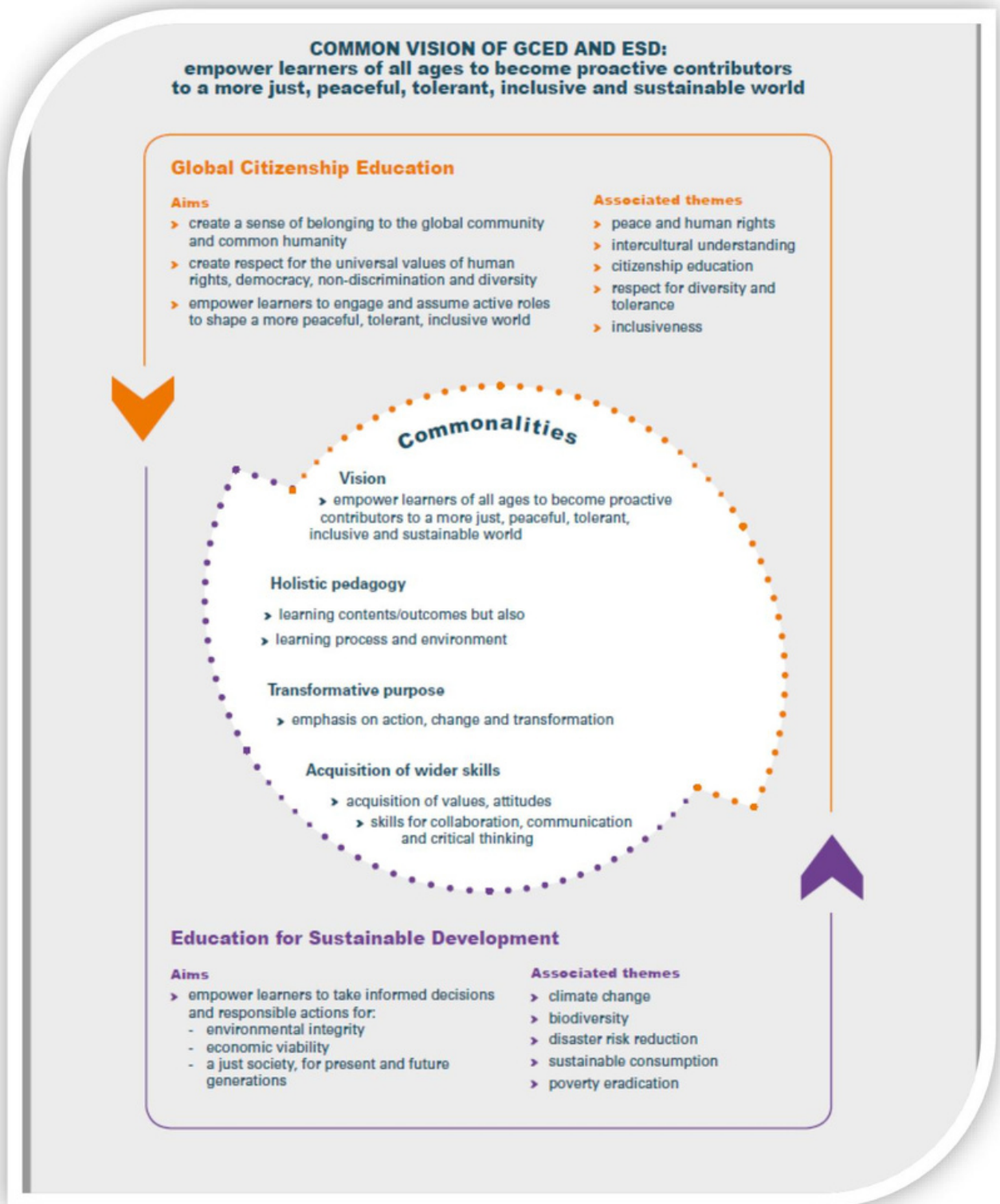
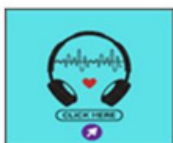


Figura 26, Fonte: UNESCO, 2022



19.1. La metafora dell'incorporamento

La metafora dell'inclusione descrive il processo di integrazione profonda di un elemento desiderabile in un sistema. È saldamente integrato nel sistema, invece di essere semplicemente imbullonato ad esso. L'elemento incorporato, tuttavia, è ancora distinguibile e non trasforma immediatamente il sistema, anche se potrebbe comunque migliorarlo la sua funzione.

L'inclusione è una strategia che apre la possibilità di trasformare il sistema educativo dall'interno aprendo la strada a un curriculum interdisciplinare, all'apprendimento basato sui problemi e ad approcci scolastici complessivi.

La metafora dell'infusione, invece, descrive il processo di un'essenza desiderabile che permea e trasforma l'ambiente in cui opera il sistema.

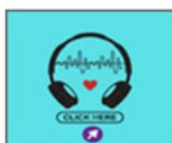
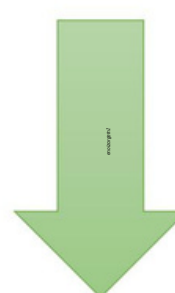
Quando l'infusione si riferisce al processo di dissoluzione degli aromi dal materiale vegetale, un'infusione è anche il nome del liquido o della soluzione risultante. In questo senso, l'infusione è una strategia per l'integrazione delle ESD che è più profonda dell'embedding e rappresenta una soluzione definitiva. (UNESCO MGIEP, 2017, p.18).

L'inclusione significa riorientare i soggetti affinché servano a uno scopo più rilevante a livello sociale e globale: quello di contribuire a un mondo sostenibile, giusto e pacifico, con i giovani motivati, preparati e responsabilizzati per affrontare le sfide locali e globali persistenti ed emergenti. (UNESCO MGIEP, 2017, p.19).

L'integrazione, quindi, promuove strategicamente un apprendimento a doppio scopo, in cui gli studenti acquisiscono conoscenze e competenze in materia e, allo stesso tempo, imparano come contribuire a una trasformazione sostenibile della società: imparano a convivere con un profondo rispetto per l'ambiente e la dignità per tutti. (UNESCO MGIEP, 2017, p.19).

UNESCO MGIEP, 2017, p.19, fa riferimento al modello "Risposte alla sfida dello sviluppo sostenibile", adattato da Sterling 2004 come citato in Lotz-Sisitka et al (2015) p.73:

Tabella 29: Risposte alla sfida dello sviluppo sostenibile	
Risposte alla sfida dello sviluppo sostenibile	ESD corrispondente strategie di mainstreaming
(a) Negazione È un'hype che scomparirà	Nessuna azione
(b) Avvitare Aggiungere un "aspetto ecologico" a un curriculum o a programma	Aggiunta
(c) Integrato Abbastanza importante da integrarsi in tutto ciò che facciamo	Incorporamento
(d) Dobbiamo ripensare le basi stesse di ciò che facciamo	Infusione
Riprogettazione dell'integrazione	



20. Sviluppo di idee imprenditoriali per trarre vantaggio dalle competenze

Le capacità imprenditoriali e la competenza digitale sono due competenze fondamentali nell'istruzione delle persone nel 21° secolo. Sono competenze trasversali anche nei titoli universitari. Abbiamo effettuato un'analisi dei modelli europei, che suggeriscono aree e indicatori all'interno di queste due competenze (imprenditoriale e digitale), con l'obiettivo finale di elaborare un modello originale di competenza imprenditoriale digitale, che abbiamo chiamato EmDigital. (Prendes-Espinosa, P., Solano-Fernández, IM, García-Tudela, PA (2021).

In termini generali, il modello EmDigital è composto da un totale di 15 competenze, così distribuite: dimensione 1 di individuazione delle opportunità (tre sub-competenze); dimensione 2 sulla pianificazione delle azioni (tre sottocompetenze); dimensione 3 di implementazione e collaborazione (quattro sottocompetenze); e, infine, la dimensione 4, relativa alla gestione e alla sicurezza (cinque sottocompetenze). (Prendes-Espinosa, P., Solano-Fernández, IM, García-Tudela, PA (2021).

Con l'obiettivo di favorire la realizzazione pratica del modello EmDigital, ciascuna delle 15 sub-competenze descritte viene riassunta con indicatori diversi, come nei modelli di riferimento (EntreComp e DigComp). Un totale di 45 indicatori formano il modello EmDigital. (Prendes-Espinosa, P., Solano-Fernandez, IM, Garcia-Tudela, PA (2021).

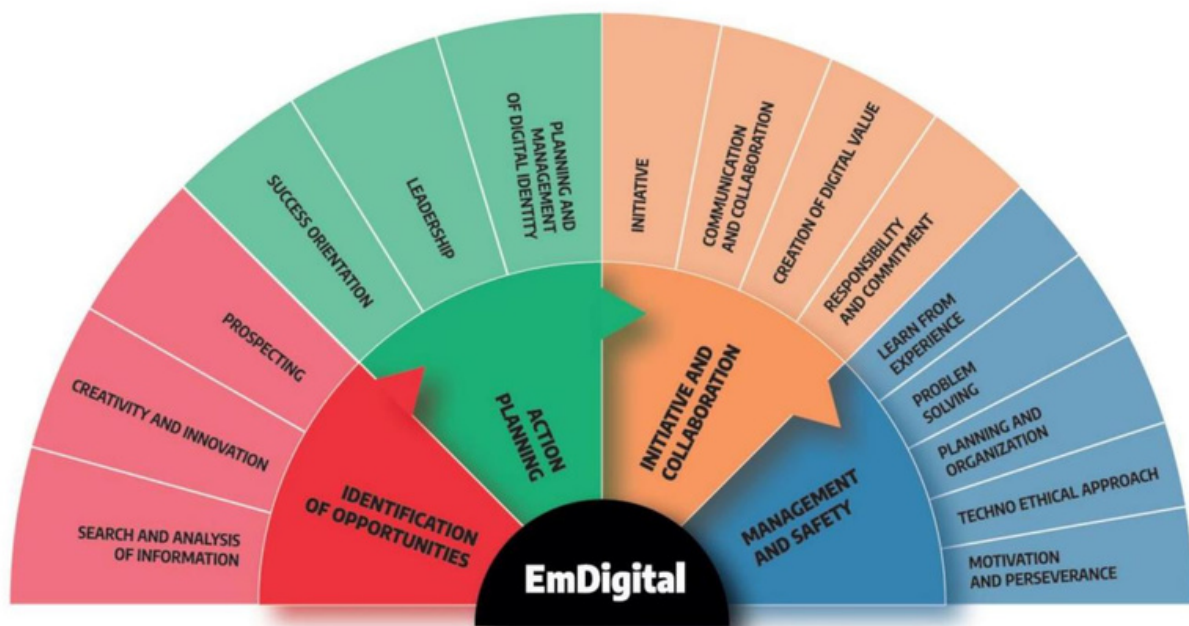
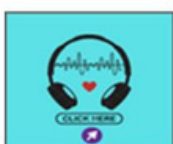


Figura 27, (Prendes-Espinosa, P., Solano-Fernández, García-Tudela, PA (2021). EmDigital.

La relazione tra modello EmDigital e innovazione aperta

In un momento come quello attuale, in cui la tecnologia è un elemento chiave nell'evoluzione socioculturale e nello sviluppo del business, è necessario considerare ciò che un imprenditore deve sapere per svilupparsi e avere successo in un contesto digitale.



L'imprenditorialità oggi non si limita a un campo specifico, come la tecnologia e le lauree in economia. Secondo [Mastrostefano, K, et al, 2020], l'innovazione aperta è una strategia in grado di promuovere il successo di qualsiasi start-up. Il nostro modello potrebbe quindi essere un buon supporto per tale strategia perché disponiamo di una raccolta e descrizione completa delle principali competenze degli imprenditori digitali.

(Prendes-Espinosa, P., Solano-Fernandez, IM, Garcia-Tudela, PA (2021).

Tuttavia, EmDigital non è solo un modello per migliorare la formazione iniziale all'imprenditorialità digitale dei laureati [Vargas-Larraguivel, PA et al, 2021] ma anche un'opportunità per migliorare il processo di innovazione delle aziende riflettendo su cosa significhi essere un'azienda di successo. imprenditore. In questo senso, riteniamo che il modello EmDigital possa essere un'opportunità rivoluzionaria per qualsiasi tipo di imprenditorialità: l'imprenditorialità degli imprenditori alle prime armi, l'intraimprenditorialità dei dipendenti e l'imprenditorialità organizzativa [Yun, JJ et al, 2021].

In conclusione, questo modello è rivolto agli studenti universitari che stanno per iniziare la loro vita lavorativa, ma la ricerca futura può utilizzare questo modello per valutare le competenze dei lavoratori e progettare processi per migliorare la loro imprenditorialità digitale.

Descrizione delle competenze e sub-competenze del modello EmDigital.

Tabella 30: Risposte alla sfida dello sviluppo sostenibile		
Dimensione	Sub-Competenza	Descrizione
1. Identificazione delle opportunità	C1. Cerca e analisi delle informazioni	Ricerca e selezione di idee come punto di partenza per la creazione di un'opportunità o di un'impresa imprenditoriale.
	C2. Creatività e innovazione	Identificazione dei potenziali valori innovativi, che possono essere applicati all'iniziativa imprenditoriale e concretizzazione di idee creative per affrontare le sfide attuali.
	C3. Prospettiva	Esplorare le reali opportunità del processo di sviluppo e implementazione delle idee nell'immediato futuro.
2. Pianificazione delle azioni	C4. Orientamento al successo	Sforzi individuali e collettivi per trasformare nel miglior modo possibile l'idea originale in realtà maniera.
	C5. Comando	Capacità di coinvolgere e mobilitare il gruppo di lavoro e influenza esercitata su di esso per impostare ulteriori azioni. Promuovere le iniziative necessarie per ottimizzare il raggiungimento degli obiettivi prefissati.
	C6. Pianificazione e gestione	Definizione chiara e comprensibile dell'identità digitale e delle diverse sottoidentità digitali

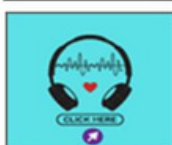


Tabella 30: Risposte alla sfida dello sviluppo sostenibile

Dimensione	Sub-Competenza	Descrizione
	Di identità digitale	incluso in esso quel progetto qualunque proposta di imprenditorialità digitale.
3. Iniziativa e collaborazione	C7. Iniziativa	Realizzazione del processo attraverso il quale un individuo trova le motivazioni e il supporto necessario per iniziare a creare valore.
	C8. Comunicazione e collaborazione	Interazione ed discussione formale e informale in spazi digitali aperti o privati su tematiche specifiche legate all'azione intrapresa.
	C9. Creazione di valore digitale	Sviluppo del contenuto digitale relativo all'iniziativa, per la sua ulteriore condivisione con la società o la comunità o gli attori corrispondenti.
	Q10. Responsabilità e impegno	Assunzione di obblighi e coinvolgimento personale ed etico (come l'utilizzo di diritti d'autore o licenze) acquisiti durante il processo di nascita e sviluppo di un'idea, che possono generare valore.
4. Gestione e sicurezza	C11. Imparare dall'esperienza	Valutazione delle diverse azioni implementate per ottimizzare i processi e migliorare il raggiungimento degli obiettivi.
	C12. Risoluzione dei problemi	Intervento di mediazione nella risoluzione di problemi tecnici, di comunicazione, gestionali o di altro tipo.
	C13. Pianificazione e prefissati e classificazione delle informazioni organizzate e archiviate.	Valutazione del grado di raggiungimento degli obiettivi e organizzazione archiviata.
	C14. Tecno-Minimizzazione dei potenziali rischi che la progettazione e/o etico/attuazione della proposta potrebbero comportare e impegno approccio ad un aggiornamento periodico.	
	Q15. Motivazione e Creare un senso di impegno personalizzato e trasferibile per garantire il progresso dell'iniziativa. perseveranza	

Tabella 31: Risposte alla sfida dello sviluppo sostenibile

Indicatori del modello EmDigital.	Indicatori
Sottocompetenze	
	C1.1. Sviluppo di ricerche che implementano meccanismi di organizzazione e gestione delle informazioni.

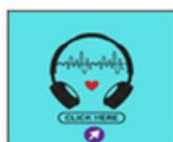


Tabella 31: Risposte alla sfida dello sviluppo sostenibile

Indicatori del modello EmDigital.	Indicatori
Sottocompetenze	
C1. Ricerca e analisi di informazione	C1.2. Identificazione delle esigenze e delle opportunità imprenditoriali all'interno di un ambiente virtuale basato su tecnologie faccia a faccia. C1.3. Valutazione dei limiti, delle opportunità e dei rischi della potenziale imprenditorialità con le tecnologie.
C2. Creatività e innovazione	C2.1. Specificazione dei contenuti e degli strumenti digitali più adeguati per rispondere alle possibilità riscontrate. C2.2. Specificazione di idee e opportunità in modo creativo.
C3. Prospezione	C3.1. Esplorazione delle reali possibilità del processo di sviluppo e implementazione delle idee all'interno di un team del futuro immediato. C4.1. Valorizzazione della partecipazione di altre professionalità fornendo il supporto necessario allo sviluppo dell'idea.
C4. Orientamento al successo	C4.2. Progettazione creativa di un piano di imprenditorialità digitale e suo aggiornamento, secondo le idee fornite dal team di lavoro. C4.3. Stima dei costi delle proposte avanzate. C4.4. Progettazione di proposte imprenditoriali inclusive e sostenibili.
C5. Comando	C5.1. Creazione di spazi di comunicazione online in cui le persone coinvolte possano contribuire e valutare nuove idee. C5.2. Mobilitazione delle risorse umane per far sì che un'idea diventi un prodotto. C5.3. Gestione delle decisioni e delle strategie di sviluppo offerte dagli utenti per persuadere gli altri compagni di squadra e determinare nuove azioni. C5.4. Comunicare nuove azioni ai compagni di squadra/utenti e formarli su aree di interesse, come l'educazione finanziaria e l'economia. C6.1. Creazione di identità digitali in base al loro ruolo per proteggere la reputazione e gestire adeguatamente la diffusione e la diffusione dei dati online.
C6. Progettazione e gestione dell'identità digitale	C6.2. Valutazione delle possibilità di tutela e proiezione dell'identità digitale professionale nelle proposte imprenditoriali predisposte. C6.3. Istituzione di un'etichetta netta, sia a livello generale che specifico indirizzata alla popolazione target della proposta imprenditoriale.
C7. Iniziativa	C7.1. Impostazione dei processi di creazione di valore. C7.2. Sviluppo e utilizzo di canali e contenuti digitali per migliorare la partecipazione e la collaborazione di diversi agenti. C7.3. Gestione delle diverse identità digitali e dei dati forniti da ciascuna di esse per facilitare processi di negoziazione e comunicazione efficaci.
C8. Comunicazione e collaborazione	C8.1. Collaborazione e lavoro di squadra per sviluppare e realizzare l'idea attraverso diverse tecnologie.

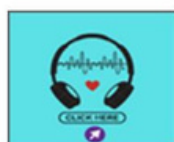


Tabella 31: Risposte alla sfida dello sviluppo sostenibile

Indicatori del modello EmDigital.	Indicatori
Sottocompetenze	
	C8.2. Interazione tra due o più persone in privato o pubblicamente per discutere aspetti relativi alla proposta attraverso dispositivi digitali.
	C8.3. Condividere le informazioni e i contenuti digitali sviluppati con altri.
	C8.4. Conoscenza delle regole di comportamento virtuale per coprire i bisogni personali e raggiungere gli obiettivi nel modo più efficace possibile.
C9. Creazione di valore digitale	C9.1. Raccolta e gestione di materiali e risorse per creare o aggiornare valore digitale in diversi formati (multimedia, testi, dati, ecc.) e disponibili per diversi dispositivi elettronici.
	C9.2. Interazione con gli altri per creare, integrare e rielaborare contenuti digitali.
C10. Responsabilità e impegno	C10.1. Assumersi la responsabilità e impegnarsi con le persone (persone, istituzioni) coinvolte nel piano sviluppato.
	C10.2. Dichiarazione di paternità delle informazioni pubblicate e dei contenuti digitali e presentazione delle licenze che ciascun prodotto possiede online.
	C10.3. Applicazione di un comportamento e di un'interazione online che facilitano la comunicazione a favore del raggiungimento di obiettivi sociali, culturali e/o economici.
C11. Impara da esperienza	C11.1. Verifica degli errori e proposte di miglioramento utilizzando strumenti digitali per trovare nuove opportunità.
	C11.2. Essere in grado di trasformare il successo e il fallimento in un'opportunità di apprendimento, controllo sulla frustrazione.
	C11.3. Miglioramento dell'imprenditorialità digitale basata su strategie per studiarne le prestazioni. Un esempio potrebbe essere l'applicazione di un indicatore chiave di prestazione.
C12. Risoluzione dei problemi	C12.1. Identificazione e soluzione di qualsiasi tipo di problema (tecnico, comunicativo, relativo alla gestione, ecc.) coinvolto nell'azione.
	C12.2. Selezione e utilizzo delle risorse più adeguate per trovare soluzioni, implementarle e valutarle in modo collaborativo.
	C12.3. Programmazione (pianificazione e sviluppo di sequenze di istruzioni) per risolvere problemi che si verificano prima o durante il processo.
C13. Pianificazione e organizzazione	C13.1. Monitoraggio del rispetto degli aggiornamenti programmati entro le scadenze previste.
	C13.2. Gestione dei dati edelle informazioni raccolte.
	C13.3. Azione efficace erapida contro gli eventi imprevisti che si verificano durante il processo di sviluppo e implementazione di un'idea.
	C14.1. Impegno a favore dell'ambiente e riduzione dell'impatto che la proposta potrebbe avere sull'ambiente.

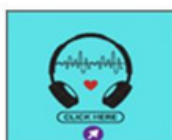
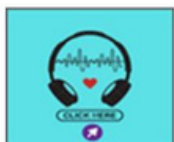


Tabella 31: Risposte alla sfida dello sviluppo sostenibile	
Indicatori del modello EmDigital.	Indicatori
Sottocompetenze	
C14. Tecnico etico approccio	C14.2. Sviluppo di miglioramenti affinché la proposta implementata sia sempre aggiornata.
	C14.3. Sviluppo di un'identità online supportata da criteri etici e responsabili.
	C14.4. Attenzione agli aspetti fondamentali della sicurezza online e garanzia di riservatezza delle proposte imprenditoriali attuate.
	C14.5. Attenzione agli aspetti fondamentali della privacy dei partecipanti.
Q15. Motivazione e perseveranza	C15.1. Perseveranza nell'identificazione delle carenze e capacità di impostare proposte innovative edigitali per superarle.
	C15.2. Fiducia in se stessi e motivazione per offrire le risposte tecnologiche più adeguate.



Figura 28, Fonte: Pixabay su pexels



21. SOMMARIO: Come apprendere digitalmente l'ospitalità sostenibile sviluppare competenze digitali

L'idea che la sostenibilità sia rilevante solo per alcuni ambiti della digitalizzazione è imprecisa. **“C'è pochissima digitalizzazione che non contribuisca né alla sostenibilità digitale né all'insostenibilità digitale”**. CybercomGroup. (2023).

Il tema dell'apprendimento digitale dell'ospitalità sostenibile è una disciplina complessa e interdisciplinare. Ecco perché è richiesta la capacità di avere una visione d'insieme di diversi campi e la capacità di combinare fattori e ingredienti di ciascuna parte.

Ci vuole anche una mentalità innovativa che accetti che commettere errori e sperimentare battute d'arresto facciano parte del percorso di sviluppo.

La forma interdisciplinare del campo è molto in linea con il focus del

E:

“Viviamo in un mondo sempre più connesso e interdipendente in cui i progressi digitali trasformano il modo in cui ci informiamo, trasformano il nostro comportamento e incoraggiano l'innovazione. Abbiamo bisogno non solo di nuovi strumenti ma anche di nuove capacità e modi di pensare. Quindi all'interno della famiglia delle Nazioni Unite stiamo progettando progetti, iniziative e partenariati innovativi”. Pololikashvili, Z. (2018).

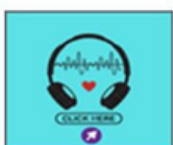
La connessione tra sostenibilità, digitalizzazione e ospitalità è stata evidenziata nel 2018 dalle Nazioni Unite.

Questa interdisciplinarietà della digitalizzazione sostenibile nell'ospitalità come campo accademico e pratico è piuttosto nuova e anche piuttosto complessa poiché possiamo sostenere che gran parte della digitalizzazione avviene senza uno scopo sostenibile.

Tuttavia, questo settore nuovo in crescita ha senso dal punto di vista del turismo e dell'ospitalità.

“La vastità del turismo globale e il suo impatto su molti altri settori, e su tutti gli obiettivi di sviluppo sostenibile, lo pongono in prima linea nella responsabilità sociale, che oggi va di pari passo con l'innovazione a tutti i livelli. Sfruttare l'innovazione e i progressi digitali offre al turismo opportunità per migliorare l'inclusività, l'empowerment della comunità locale e la gestione efficiente delle risorse, tra gli altri obiettivi all'interno della più ampia agenda di sviluppo sostenibile. La trasformazione digitale significa fornire vantaggi a tutti e noi ci stiamo assicurando che il turismo contribuisca a questo impegno globale”. (Polikashvili, Z., 2018).

Da un lato abbiamo la digitalizzazione come strumento collaudato e dall'altro abbiamo la sostenibilità come esigenza comprovata dell'ospitalità come settore e di tutti i settori correlati e dipendenti dall'ospitalità: “L'ampia portata del turismo in molti settori, dalle infrastrutture e dall'energia ai trasporti e ai servizi igienico-sanitari, e il suo enorme impatto sulla creazione di posti di lavoro, ne fanno un contributo vitale all'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile. Tecnologie digitali



hanno dato slancio positivo alle società e alle economie di tutto il mondo.

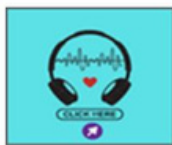
Ci hanno messo in contatto a livello globale, hanno contribuito a dare potere ai più vulnerabili e sono diventati i nostri alleati cruciali per lo sviluppo sostenibile. La nostra sfida è continuare a sfruttare questo potere per sempre, tutelandoci dai rischi”.

(Gutierrez, A., 2018).

Il settore dell'ospitalità si trova ad affrontare una ricostruzione all'indomani del Covid e questo progetto potrebbe offrire una via sostenibile e digitale per il settore e in questo modo riposizionare il settore dell'ospitalità dopo il Covid-19. Rendere il settore dell'ospitalità più digitalizzato in modo sostenibile può riposizionare il settore in una posizione più forte, più preziosa e competitiva post-Covid.

Se l'ospitalità digitale è un fenomeno nuovo, e non vino vecchio in bottiglie nuove, significa che dobbiamo abbandonare i vecchi modi di intendere l'ospitalità e abbracciare nuovi modi di intendere il settore. Questo modo innovativo e fantasioso di concettualizzare la digitalizzazione sostenibile nel settore dell'ospitalità abbraccia nuovi modi di comprendere il settore e nuovi modi di lavorare con la digitalizzazione sostenibile nella pratica. In linea con la natura olistica e interdisciplinare del progetto, sarebbe logico avere una definizione operativa ampia e inclusiva di digitalizzazione sostenibile. Ecco perché si può sostenere che una definizione critica, inclusiva ed etica di sostenibilità deve adattarsi bene al progetto e agli obiettivi delle Nazioni Unite: una definizione inclusiva di sostenibilità è una definizione che si concentra sull'essere verde e sull'essere umano nel processo. . Ciò che è sostenibile per l'organizzazione non è sempre sostenibile per il singolo dipendente e ciò che è sostenibile per un'organizzazione non è sempre sostenibile per altre organizzazioni. La digitalizzazione sostenibile è un processo innovativo con molte barriere, sfide e

implicazioni. Inoltre, è una disciplina con molte trappole integrate, come le scorciatoie, che possono portare a problemi di greenwashing e incomprensioni. Ecco perché deve essere fondamentale abbracciare la competenza del pensiero critico nel processo di esplorazione e di lavoro con la digitalizzazione sostenibile.



22. Come infondere la digitalizzazione negli ambienti di lavoro dell'ospitalità

La metafora dell'infusione, invece, descrive il processo di un'essenza desiderabile che permea e trasforma l'ambiente in cui opera il sistema.

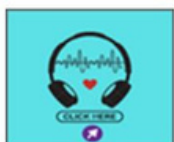
Quando l'infusione si riferisce al processo di dissoluzione degli aromi dal materiale vegetale, un'infusione è anche il nome del liquido odella soluzione risultante. In questo senso, l'infusione è una strategia per l'integrazione delle ESD che è più profonda dell'embedding e rappresenta una soluzione definitiva. (UNESCO MGIEP, 2017, p.18).

Nonostante l'importanza di scegliere correttamente la tecnologia, è anche necessario aggiornare le competenze delle persone nell'uso delle nuove tecnologie e valutare se i processi debbano essere semplificati o riprogettati per trarre vantaggio dalle innovazioni tecnologiche. (Wynn, M., Jones, P., 2022).

Jackson [2020] osserva che “il successo della trasformazione digitale dipende dal fatto che le persone adottino effettivamente nuove modalità di lavoro o di interazione con l'organizzazione. Ciò significa che la vostra strategia di trasformazione digitale deve andare oltre la semplice tecnologia per comprendere le persone e i processi che la supporteranno”. Una distribuzione IT di successo richiede l'attenzione ai miglioramenti dei processi e alle competenze delle persone, nonché alla tecnologia stessa. (Wynn, M., Jones, P., 2022).

Camison [2000], nel suo studio sul settore alberghiero nella regione spagnola di Valencia, ha scoperto che il cambiamento dei processi può andare oltre i miglioramenti di routine e comportare una reingegnerizzazione dei processi per alcune aziende e un cambiamento importante nella strategia aziendale in altre. Per quanto riguarda la dimensione delle persone, la mentalità dei leader alberghieri è fondamentale per attuare un cambiamento culturale e l'acquisizione delle competenze necessarie attraverso programmi di formazione e sensibilizzazione. (Wynn, M., Jones, P., 2022).

In secondo luogo, un'eccessiva concentrazione sulle iniziative di trasformazione digitale può costituire un rischio significativo che può minacciare le operazioni aziendali. RA. 3) trovato che “meno del 30% delle trasformazioni digitali hanno successo”, e uno dei motivi è che tali progetti spesso vanno oltre le strategie esistenti e non riescono a riconoscere i rischi che ciò comporta. Un recente rapporto sulla tecnologia alberghiera ha recentemente suggerito che “gli hotel dovrebbero trasformare la loro trasformazione digitale in piccoli sforzi realizzabili direttamente collegati a un risultato aziendale” e che “gli hotel devono concentrarsi su un'area di migliorare alla volta, anziché provare tutto in una volta” [Hotel Tech Report, 2022] (p.3). (Wynn, M., Jones, P., 2022).



23. Come misurare la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile

La digitalizzazione fornisce l'accesso a una rete integrata di informazioni che può apportare benefici alla società e alle imprese. Tuttavia, le prove della sostenibilità nel mondo degli affari sono meno studiate.

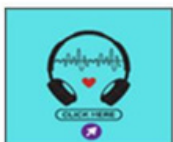
Gli obiettivi di sviluppo sostenibile, introdotti nel 2015 come parte dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, hanno il potenziale per contribuire a colmare le attuali lacune della digitalizzazione se si affrontano le questioni sottostanti. L'idea di governance basata sui dati introdotta nell'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile sottolinea la necessità di "aumentare in modo significativo la disponibilità di dati di alta qualità, tempestivi, affidabili ed aggregati entro il 2030". La trasformazione digitale è descritta come "la profonda trasformazione delle attività, dei processi, delle competenze e dei modelli aziendali e organizzativi in modo strategico e prioritario, tenendo presente i cambiamenti presenti e futuri, per sfruttare appieno i cambiamenti e le opportunità di un mix di tecnologie digitali e il loro impatto accelerato in tutti i settori". (ElMassah, S.; Mohieldin, M., 2020).

Utilizzando un modello di regressione, gli autori hanno identificato i legami. Lo studio mostra i legami tra tali indicatori:

- Istruzione di qualità basata sulle TIC (SDG 4) e occupazione basata sulle TIC (SDG 8);
- Parità di genere basata sulle TIC (SDG 5) con occupazione basata sulle TIC (SDG 8) e spesa basata sulle TIC per ricerca e sviluppo (SDG 9);
- L'occupazione basata sulle TIC (SDG 8) ha un legame con l'istruzione di qualità basata sulle TIC (SDG 4) e uguaglianza di genere basata sulle TIC (SDG 5);
- La spesa in ricerca e sviluppo basata sulle TIC (SDG 9) è collegata al consumo responsabile basato sulle TIC (SDG 12) e all'uguaglianza di genere basata sulle TIC (SDG 5);
- Consumo responsabile basato sulle TIC (SDG 12) e spesa basata sulle TIC in ricerca e sviluppo (SDG 9). (Burinskienė, A., Seržante, M., 2022).

Secondo i risultati dello studio, la digitalizzazione ha un legame con i tassi di occupazione attraverso l'istruzione e l'uguaglianza di genere; l'istruzione dipende dalla spesa in ricerca e sviluppo, anche l'uguaglianza di genere dipende dalla spesa in ricerca e sviluppo; Anche la spesa in ricerca e sviluppo è fortemente legata al consumo responsabile e viceversa; e il consumo responsabile è fortemente legato alla spesa in ricerca e sviluppo. Tutte queste connessioni si formano come risultato dell'uso delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione. I risultati presentati hanno un significato pratico.

Lo studio potrebbe essere ripetuto rivedendo i collegamenti al livello nazionale e su un intervallo di tempo esteso. (Burinskienė, A., Seržante, M., 2022).



23. Misurare la sostenibilità

“Se non esistono misure perfette delle prestazioni, le organizzazioni utilizzano proxy – indicatori che si avvicinano o rappresentano la performance in assenza di misure perfette” (Gray et al. 2015, p19)



La misurazione non è semplicemente un'impresa tecnica, ma ha implicazioni significative, comportamentale da estremamente positive a incredibilmente negative.
(Gray et al. 2015, 20)

“Spesso la valutazione attuale la letteratura e la pratica manageriale presuppongono l'esistenza di un mondo sociale esterno al contesto valutatore, a cui è possibile accedere e misurare. Questo è fondamentale per fare luce perché può portare ad una visione ingenua e unilaterale empirismo in cui le misure tendono ad essere percepite come rappresentazioni vere della realtà. Di
Tuttavia, quando proviamo a misurare le percezioni, gli atteggiamenti e il coinvolgimento, il processo implica un'interpretazione e un'osservazione soggettiva”. (Buhman & Likely, p.12).

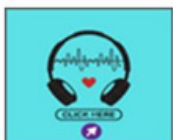
Secondo Buhman & Likely (p.12) è necessario

un po' di “sano scetticismo” quando si ha a che fare con

Figura 29, Fonte: Martin Péchy su pexels.com 1 misurazione e valutazione e questo

Vale la pena considerare come dare maggiore

enfasi agli approcci qualitativi e interpretativi attualmente sottorappresentati nella valutazione.



25. Misurare l'ospitalità sostenibile

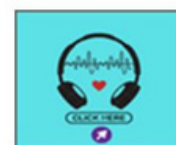
C'è un detto popolare secondo cui solo ciò che viene misurato viene fatto o gestito. Vuol dire che la misurazione e la valutazione diventano sempre più una parte fondamentale e obbligatoria dei progetti e che spesso avere un buon metodo di misurazione è una porta per far approvare nuove idee progettuali. Ecco perché è fondamentale stabilire metodi e standard di misurazione su cui il settore dell'ospitalità possa concordare. Altrimenti, il detto popolare significherebbe che l'ospitalità sostenibile non verrà realizzata né gestita. (Guarire, G., 2012).

Geoffrey Heal sottolinea che l'applicazione di una delle consuete misure della performance economica – prodotto interno lordo (PIL), disoccupazione, inflazione – può essere fuorviante. “Ad esempio, in alcune parti dell'India le risorse idriche sono scarse e la falda freatica si sta abbassando. Gli agricoltori devono scavare pozzi più profondi per trovare l'acqua, utilizzando più manodopera ed energia. Ma poiché questa spesa aggiuntiva aumenta il PIL, la carenza idrica sembra aumentare il PIL dell'India e migliorare la situazione del paese”. (Guarire, G., 2012).

Un modello di misurazione è l'indice di sviluppo umano (HDI) che misura il benessere dei membri di una società e si basa su dati relativi a tre aree di welfare: salute, istruzione e reddito. Il modello non affronta direttamente la sostenibilità ambientale ma adotta un approccio sociale e rigenerativo più ampio e potrebbe eventualmente essere combinato con altre dimensioni sostenibili.



Figura 30, Fonte: dcbel su pexels.com



26. Misurare la digitalizzazione dell'ospitalità

“Il concetto di sostenibilità digitale è nato negli anni 2000, sostenuto da Bradley come un modo per raggiungere uno sviluppo sostenibile dal punto di vista degli artefatti e degli archivi digitali. Come proposto dalle Nazioni Unite (p. 37), lo sviluppo sostenibile si riferisce allo “sviluppo che soddisfa i bisogni del presente senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare i propri bisogni” (Wut, TM et al, 2021).

Secondo il documento di ricerca di Wut, c'è ancora una lacuna nella ricerca su come misurare la digitalizzazione dell'ospitalità. (Wut, TM; Lee, D.; Ip, WM; Lee, SW Sostenibilità digitale nell'organizzazione: sviluppo economico su scala. *Sostenibilità* 2021, 13, 3530. <https://doi.org/10.3390/su13063530>).

“Sebbene la sostenibilità digitale rappresenti una grande opportunità per promuovere lo sviluppo sostenibile delle organizzazioni, la ricerca precedente sulla misurazione della sostenibilità digitale e sui relativi modelli empirici è limitata. L'assenza di una scala per misurare la sostenibilità digitale ha anche limitato la possibilità di esaminare empiricamente la sostenibilità digitale e i suoi antecedenti e conseguenze associate nelle organizzazioni”. (Wut, TM et al, 2021).

Il Covid-19 ha colpito molto duramente soprattutto l'ospitalità. Tuttavia, questa crisi e la nuova normalità hanno insegnato agli studenti del settore e dell'ospitalità a lavorare online tramite software per conferenze di lavoro come Google Meet, Teams, Zoom, Skype ecc. Le tecnologie digitali hanno offerto un modo per sopravvivere durante la pandemia e un modo per crescere. all'indomani della pandemia.

Wut propone una definizione ampia e anche ristretta di ospitalità digitale:

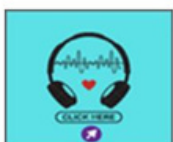
La semplice definizione di Wut suggerisce che “la sostenibilità digitale è l'uso sostenibile delle risorse digitali”. Tuttavia, un modo più ampio di comprendere il campo potrebbe essere quello di vedere l'ospitalità digitale come “attività organizzative che cercano di portare avanti gli obiettivi di sviluppo sostenibile attraverso l'impiego creativo di tecnologie che creano, utilizzano, trasmettono o generano dati elettronici”. (Wut, TM et al, 2021).

In linea con la definizione semplice e ristretta, può essere utile intendere la digitalizzazione sostenibile come un investimento economico nel futuro dell'organizzazione. L'ospitalità digitale può essere classificata in quattro temi principali:

produzione di contenuti, tecnologia abilitante, conservazione dei contenuti e promozione della sostenibilità digitale all'interno dell'organizzazione. (Wut, TM et al, 2021).

Poiché la pratica della sostenibilità digitale varia da azienda ad azienda, i ricercatori hanno cercato un modo condiviso per misurarla e valutarla.

Tenendo presente questa varietà contestuale, Wut et al. propongono un modello di misurazione suo



Lo studio sviluppa una scala di parametri di sostenibilità digitale, che si basa su un'esaustiva revisione della letteratura e fornisce uno strumento per il management aziendale “per percepire l'accettazione e gli ostacoli verso la sostenibilità digitale tra dipendenti di un'organizzazione nelle aree della produzione, conservazione, promozione esviluppo dei contenuti”. abilitatori tecnologici”. (Wut, TM et al, 2021).

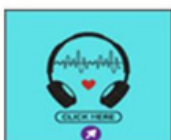
*La scala è composta da quattro parti:
contenuto,
conservazione,
promozione,*

tecnologia. (CybercomGroup, 2023).

La scala è composta da quattro parti: contenuto, conservazione, promozione, tecnologia. **“La digitalizzazione rende più semplice calcolare evisualizzare se il consumo è sostenibile, sulla base di vari presupposti, come l'equità, lo spazio per altre specie, l'inquinamento e il consumo eccessivo di risorse naturali”.** CybercomGroup. (2023).



Figura 31, Fonte: Anna Nekrashevich su pexels.com



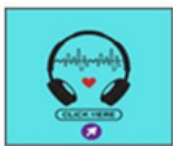
27. Misurare la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile

La digitalizzazione gioca un ruolo nella crescente tendenza al consumismo in cui molte aziende spingono le persone a comprare più di quanto realmente desiderano, per aumentare le vendite e i profitti, spesso con un impatto negativo sul pianeta. (CybercomGroup, 2023).

“Esistono prove che trattare i cittadini come semplici consumatori la cui felicità dipende dal consumo di prodotti sta contribuendo ad un aumento delle malattie mentali”. Abbiamo bisogno di una dose di sano realismo quando lavoriamo con la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile perché offre sia un driver per un maggiore consumismo sia un driver per un consumo più sostenibile e una società dell'ospitalità basata sulla collaborazione e sulla condivisione. Si può sostenere che la sostenibilità digitale dovrebbe essere vista come qualcosa di più di un tradizionale concetto di sostenibilità che viene spesso materializzato come un'aggiunta alle pratiche esistenti, ma dovrebbe essere applicata per reimmaginare radicalmente l'organizzazione, i modelli di business e le funzioni di mercato.

“La digitalizzazione è un catalizzatore molto potente e dirompente che può aiutare ad accelerare diverse tendenze. Non c'è nulla di intrinsecamente sostenibile nella digitalizzazione: anzi, gran parte della digitalizzazione oggi viene fatta allo scopo di migliorare solo marginalmente i sistemi insostenibili, e di fatto accelera stili di vita e valori insostenibili”. (CybercomGroup, 2023).

“Gran parte della digitalizzazione attuale è incrementale o lineare, il che significa che si concentra sul miglioramento dell'efficienza dei sistemi attuali. Se tali sistemi contribuiscono alla sostenibilità, anche la digitalizzazione in quel contesto contribuisce alla sostenibilità. Tuttavia, il lavoro incrementale dovrebbe essere considerato insostenibile; non si dovrebbe dare per scontato, come spesso accade, che sia sostenibile o neutrale”. (CybercomGroup, 2023).



28. Indicatori di ospitalità sostenibile

Lo scopo della definizione degli indicatori è quello di ottenere dati o conoscenze su come l'azienda di ospitalità, una divisione, un prodotto o un progetto si sta comportando o si sta comportando in relazione alle aspettative, agli obiettivi o ai piani come l'occupazione media dell'hotel. Gli indicatori non si limitano ai dipartimenti finanziari dell'organizzazione alberghiera, ma possono essere utilizzati in qualsiasi dipartimento o disciplina sia front stage che back stage, purché il dipartimento o il progetto abbia risultati misurabili e operi in modo tale che input e output possano essere isolati in modo tale da rendere l'indicazione credibile e relativamente precisa. (Marrone, T., 2021).

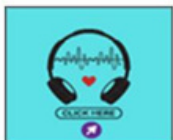
Pertanto, l'uso di indicatori consente agli attori del settore dell'ospitalità di imparare dalle proprie azioni ed vedere quale dei loro investimenti nell'ospitalità sostenibile dà i maggiori frutti. Gli indicatori supportano anche la motivazione dei professionisti perché consentono loro di seguire il processo. Un esempio potrebbe essere il 2022, quando l'industria soffrirà di prezzi elevati dell'energia. Durante questi periodi, è utile disporre di indicatori in tempo reale dei prezzi dell'energia per adattare le operazioni quotidiane ai periodi in cui i prezzi dell'energia sono bassi durante il giorno e la notte. Fortunatamente, il settore dell'ospitalità, come hotel e ristoranti, ha una tradizione nel lavorare con indicatori come recensioni online, RevPar, RevPas e ALOS (durata media del soggiorno).

Sfortunatamente, le pratiche di ospitalità sostenibile sono più complesse da misurare e valutare poiché i processi non possono sempre essere isolati da altre parti e discipline. Con una quantità crescente di dati disponibili derivanti dalla crescente digitalizzazione dell'ospitalità, diventa sempre più importante non solo disporre di indicatori ma anche di metriche giuste e più intelligenti.

L'aumento dei dati e dei possibili indicatori rappresenta un'enorme opportunità.

Tuttavia, può anche creare confusione. Secondo il documento di ricerca intitolato Identificazione degli indicatori chiave del turismo sostenibile di Agyeiwaah, "I progressi verso un settore del turismo più sostenibile a livello aziendale sono stati lenti, anche se numerosi studi hanno sviluppato una varietà di indicatori. In effetti, sono stati sviluppati così tanti indicatori che l'industria sembra essere sopraffatta dalla scelta, portando all'inazione, a un processo decisionale inadeguato o all'adozione dell'opzione più semplice". (Agyeiwaah, E., Mckercher, B., Suntikul, W., 2017).

Il documento sostiene inoltre che occorre considerare se ciascuna azienda debba decidere e sviluppare i propri indicatori in base al sito, al contesto e alle specificità dell'impresa. Il documento suggerisce una serie di indicatori quali la gestione dei rifiuti, la creazione di posti di lavoro, il mantenimento dell'integrità della comunità e la qualità della vita.



Secondo la revisione sistematica della letteratura del 2022 sugli indicatori di sostenibilità negli hotel di Reem et al., si sa poco sugli indicatori verdi che governano le pratiche sostenibili del settore alberghiero globale. (Reem, M., 2022).

Tuttavia, lo studio ha rilevato ben 356 indicatori di sostenibilità alberghiera come certificazioni, badge, istruzione, audit energetici, tasso di occupazione, costi di consumo per letto, rifiuti medi per porzione, rifiuti di servizio, numero di porzioni per ogni pasto, numero di ospiti, progettazione di edifici e infrastrutture, indicatore di presentazione, indicatore di riutilizzo, indicatore delle dimensioni delle porzioni, area della piscina per letto. (Fonte: https://fslmjournals.taylors.edu.my/wp-content/uploads/APJIHT/APJIHT-2022-11-1/APJIHT-111_P7.pdf)



29. Indicatori di Digitalizzazione e Indicatori di Digitalizzazione dell'Ospitalità Sostenibile

Nel settore dell'ospitalità, molte delle nostre attuali normative e strutture si concentrano sulla crescita economica, trascurando considerazioni di sostenibilità erigenerative.

Pertanto, la digitalizzazione spesso accelera l'insostenibilità. Inoltre, la digitalizzazione porta con sé nuove sfide come la privacy, la sicurezza informatica, il cyberbullismo. Oltre a incoraggiare la sostenibilità digitale, dobbiamo anche scoraggiare l'insostenibilità digitale". (CybercomGroup, 2023).

Il Rapporto sulla Sostenibilità Digitale di Cybercom evidenzia che esistono due diversi indicatori della digitalizzazione dell'ospitalità:

1. L'approccio tradizionale in cui, ad esempio, un fornitore di pannelli solari riferisce solo sull'impatto della produzione e sugli impatti derivanti dall'utilizzo dei prodotti.

2. L'approccio netto positivo in cui il fornitore di pannelli solari indicherebbe anche l'effetto sul mercato e sul consumo dei prodotti, ad esempio, spinge verso un passaggio più semplice alle auto elettriche.

Anche se rende più difficile indicare e misurare con precisione l'approccio positivo netto più ampio, è importante sottolineare l'attenzione sugli impatti indiretti significativi fornendo soluzioni nei settori che forniscono ospitalità come il settore dell'edilizia alberghiera in grado di costruire edifici intelligenti che producono più energia rinnovabile di quella che utilizzano e possono essere condivise più facilmente con le parti interessate della comunità locale.

Indicatori di sostenibilità ben noti, come la CSR

gli standard di rendicontazione, l'etichettatura, le classifiche e i criteri di approvvigionamento non si adattano bene alla nuova generazione di fornitori di soluzioni. (CybercomGroup, 2023).

I fornitori di soluzioni sono quelle aziende che cercano di affrontare la sostenibilità digitale da una prospettiva positiva, e rappresenta un passaggio dalla minimizzazione degli output negativi all'obiettivo di aumentare gli output positivi attraverso il core business.

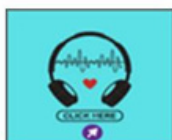
La prospettiva della soluzione sostiene che se ci si aspettasse che le aziende riducessero solo le proprie emissioni, a volte la produzione di soluzioni sostenibili ne risentirebbe.

(CybercomGroup, 2023).

“Le imprese, le città e gli stati dovrebbero essere incoraggiati a segnalare non solo le proprie emissioni, ma anche il loro contributo alla riduzione in altri settori dell'economia.

Ciò consentirebbe un reporting positivo per il clima e catalizzerebbe l'azione tra le aziende che dispongono di soluzioni che possono aiutare a ridurre significativamente le emissioni di gas serra, ma non sono grandi emettitori (come molte aziende IT e biotecnologiche).

(CybercomGroup, 2023).



30. Rilevanza rispetto al GRI (indicatori di reporting globale e altri parametri)

Gli standard globali per gli impatti della sostenibilità

30.1. STANDARD DELLA GLOBAL REPORTING INITIATIVE

Gli standard globali per gli impatti della sostenibilità

I GRI Standards consentono a qualsiasi organizzazione – grande o piccola, privata o pubblica – di comprendere e rendicontare il proprio impatto sull'economia, sull'ambiente e sulle persone in modo comparabile e credibile, aumentando così la trasparenza sul proprio contributo allo sviluppo sostenibile. Oltre che per le aziende, gli Standard sono estremamente rilevanti per molte parti interessate, tra cui investitori, politici, mercati dei capitali e società civile.

Gli Standard sono concepiti come un set modulare di facile utilizzo, che fornisce un quadro inclusivo dei temi materiali di un'organizzazione, dei relativi impatti e del modo in cui vengono gestiti. (GRI, Global Reporting Initiative, 2023)

Gli Standard Universali – ora rivisti per incorporare il reporting sui diritti umani e la due diligence ambientale, in linea con le aspettative intergovernative – si applicano a tutte le organizzazioni;

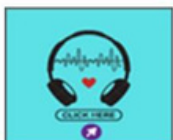
I nuovi standard di settore consentono una rendicontazione più coerente sugli impatti specifici del settore;

Gli Standard Argomentali, adattati per essere utilizzati con gli Standard Universali rivisti, elencano le informative rilevanti per un particolare argomento.

I GRI Standards consentono alle organizzazioni di rendicontare informazioni sugli impatti più significativi delle loro attività e relazioni commerciali sull'economia, sull'ambiente e sulle persone, compresi gli impatti sui loro diritti umani. Tali impatti sono di primaria importanza per lo sviluppo sostenibile e per le parti interessate delle organizzazioni e sono al centro del reporting di sostenibilità.

Gli impatti delle attività e dei rapporti commerciali di un'organizzazione sull'economia, sull'ambiente e sulle persone possono avere conseguenze negative e positive per l'organizzazione stessa. Queste conseguenze possono essere operative o reputazionali, e quindi in molti casi finanziarie. Ad esempio, l'elevato utilizzo di energia non rinnovabile da parte di un'organizzazione contribuisce al cambiamento climatico e potrebbe, allo stesso tempo, comportare un aumento dei costi operativi per l'organizzazione a causa della legislazione che cerca di spostare l'uso dell'energia verso fonti rinnovabili.

Anche se non finanziariamente rilevanti al momento della rendicontazione, la maggior parte, se non tutti, gli impatti delle attività e dei rapporti commerciali di un'organizzazione sull'economia,



l'ambiente e le persone alla fine diventeranno questioni finanziariamente materiali.

Pertanto, gli impatti sono importanti anche per coloro che sono interessati all'organizzazione performance finanziaria e successo al lungo termine. Comprendere questi impatti è un primo passo necessario per determinare le questioni finanziariamente rilevanti per l'organizzazione.

Il reporting di sostenibilità è quindi cruciale per il reporting finanziario e di creazione di valore. Le informazioni rese disponibili attraverso il reporting di sostenibilità forniscono input per identificare i rischi finanziari e le opportunità legate agli impatti dell'organizzazione e per la valutazione finanziaria. Ciò, a sua volta, aiuta a formulare giudizi sulla rilevanza finanziaria su cosa riconoscere nel bilancio.

GRI 1: Fondazione 2021

GRI 2: Informativa generale 2021

GRI 3: Temi materiali 2021

GRI 11: Settore petrolio e gas 2021

GRI 12: Settore del carbone 2022

GRI 13: Agricoltura, Acquacoltura e Settori della pesca 2022

GRI 201: Performance economica 2016

GRI 202: Presenza sul mercato 2016

GRI 203: Impatti economici indiretti 2016

GRI 204: Pratiche di approvvigionamento 2016

GRI 205: Anticorruzione 2016

GRI 206: Comportamenti anticoncorrenziali 2016

GRI 207: Tasse 2019

GRI 301: Materiali 2016

GRI 302: Energia 2016

GRI 303: Acqua e scarichi idrici 2018

GRI 304: Biodiversità 2016

GRI 305: Emissioni 2016

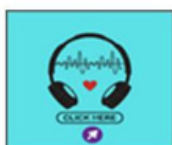
GRI 306: Scarichi e rifiuti 2016

GRI 306: Rifiuti 2020

GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori

2016 GRI 401: Occupazione 2016

GRI 402: Rapporti tra lavoro e management 2016



- GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018
- GRI 404: Formazione e Istruzione 2016
- GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016
- GRI 406: Non discriminazione 2016
- GRI 407: Libertà di associazione e contrattazione collettiva 2016
- GRI 408: Lavoro minorile 2016
- GRI 409: Lavoro forzato o obbligatorio 2016
- GRI 410: Pratiche di sicurezza 2016
- GRI 411: Diritti delle popolazioni indigene 2016
- GRI 413: Comunità locali 2016
- GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori 2016
- GRI 415: Politica pubblica 2016
- GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016
- GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016
- GRI 418: Privacy dei clienti 2016



30.2. Indice del marchio sostenibile

Sustainable Brand Index™ è il più grande studio europeo sulla sostenibilità dei marchi. Lo studio misura la percezione degli stakeholder sulla sostenibilità di un marchio in tutto il mondo industrie e paesi.

Sustainable Brand Index™ classifica annualmente i marchi in base alla sostenibilità. Le classifiche mostrano come i marchi vengono percepiti in termini di sostenibilità dai loro principali stakeholder. I marchi vengono selezionati in modo indipendente in base alla quota di mercato, al fatturato e alla notorietà generale del marchio. Sustainable Brand Index™ è uno studio indipendente fondato nel 2011 che comprende quasi 1.600 marchi, 36 settori e 80.000 interviste ai consumatori in tutta Europa (paesi nordici, Paesi Bassi e Paesi baltici). (Indice dei marchi sostenibili, 2022).

30.3. Indice di azione per il clima

Le società finanziarie e di investimento possono fornire sostegno e capitale essenziali alle aziende, alle tecnologie e ai modelli di business che contribuiranno a decarbonizzare il mondo

economia. Gli indici MSCI Climate Action ampliano la gamma degli indici climatici MSCI, offrendo agli investitori una scelta più ampia di soluzioni per aiutarli a rispettare i loro impegni di zero emissioni nette e integrare le considerazioni sul clima nei portafogli azionari globali. Gli indici sono progettati per aiutare gli investitori istituzionali che cercano di investire per la transizione e finanziare la riduzione delle emissioni delle aziende al fine di guidare il cambiamento nell'economia reale. Gli indici MSCI Climate Action utilizzano una nuova valutazione dell'obiettivo di zero emissioni nette di una società e della gestione del rischio climatico per selezionare la metà superiore delle società in ciascun settore GICS®1.

Gli Indici includono aziende di ogni settore che stanno adottando misure concrete per ridurre le proprie emissioni di carbonio e reinventare le proprie attività per un mondo a zero emissioni nette. Questa gamma di indici azionari globali è progettata per gli investitori istituzionali che cercano un quadro coerente per ridurre le emissioni di carbonio sostenendo le società in base alla loro disponibilità a guidare la transizione a basse emissioni di carbonio rispetto ai concorrenti.

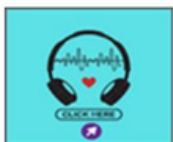
30.4. Indice di sostenibilità delle destinazioni globali: l'indice GDS

Il Global Destination Sustainability Index (GDS-Index) è un programma a livello di destinazione che misura, confronta e migliora la strategia di sostenibilità e le prestazioni delle destinazioni turistiche ed eventi.

Il suo scopo è ispirare, coinvolgere e consentire alle destinazioni di diventare luoghi più rigenerativi, fiorenti e resilienti da visitare, in cui incontrarsi e prosperare.

Campo di applicazione: a differenza di altri standard e classifiche, il GDS-Index è stato creato originariamente appositamente per il settore degli eventi e dei convegni ed è l'unico programma di questo tipo al mondo. Dal 2020 abbiamo integrato nei criteri il turismo leisure, rendendolo rilevante per tutte le destinazioni del turismo leisure e business.

Origini: l'indice GDS è stato creato nel 2015 da quindici città scandinave visionarie, MCI e l'International Congress and Convention Association (ICCA). (GDSM 2020).



31. DOPPIA TRANSIZIONE: come unire efficacemente competenze verdi e competenze di digitalizzazione per aumentare la sostenibilità dell'ospitalità

La doppia transizione verde edigitale: come le tecnologie digitali sostenibili potrebbero consentire un'UE a zero emissioni di carbonio entro il 2050. (Commissione europea, 2022).

La relazione tra le due transizioni

Idealmente, la transizione verde e quella digitale si rafforzano vicendevolmente. Ad esempio, la tecnologia dei registri distribuiti, che è alla base della blockchain e quindi delle criptovalute, può essere utilizzata nel tracciamento dei materiali, aiutando l'economia circolare attraverso una migliore manutenzione e riciclaggio. (Commissione europea, 2022).

E i Digital Twins, controparti virtuali del mondo reale, possono modellare, tra gli altri, il traffico, per ottimizzare i flussi di traffico, ridurre gli ingorghi e ridurre le emissioni nel processo.

Tuttavia, a volte le due transizioni possono anche entrare in conflitto. La digitalizzazione utilizza l'elettricità e molte tecnologie digitali richiedono un uso intensivo di risorse e creano rifiuti.

Possono verificarsi conseguenze indesiderate, ad esempio i proprietari di auto ibride che guidano di più perché sono più economiche. Il telelavoro ridurrebbe lo spazio negli uffici ma potrebbe portare i dipendenti a costruire stanze di lavoro separate a casa e a riscaldare o raffreddare più spazio che se fossero in ufficio. (Commissione europea, 2022).

Per sfruttare al meglio la duplice transizione sarà necessaria una gestione proattiva e integrativa. La transizione digitale sarà guidata principalmente dal settore privato a causa del suo enorme potenziale economico. Per sfruttarne i vantaggi a favore dell'ecologizzazione e limitarne gli effetti dannosi, sarà necessario il coinvolgimento dello Stato e della società civile. (Commissione europea, 2022).

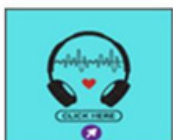
Requisiti per avere successo nella transizione verde edigitale

Gli autori hanno elencato una serie di requisiti per mostrare a quali condizioni questo impegno può avere successo. **Questi sono di natura sociale, tecnologica, ambientale, economica e politica.** (Commissione europea, 2022).

Un requisito è quello di aumentare l'impegno sociale rispetto alla necessità di cambiamento per realizzare le transizioni. Ciò non può essere imposto dall'alto, avvertono i ricercatori.

Rendere la doppia transizione equa e inclusiva può facilitarne l'accettazione. Non tutti sono in grado di acquistare costosi pannelli solari sul tetto, ma tutti i contribuenti forniscono sussidi per l'acquisto. Rendere tale tecnologia accessibile a tutti è fondamentale per una transizione giusta ed efficace. (Commissione europea, 2022).

Più dati significano anche maggiori preoccupazioni sulla privacy. Questi problemi devono essere affrontati rendendo anonimi la raccolta e la minimizzazione dei dati, raccogliendo solo la quantità di dati strettamente necessaria. (Commissione europea, 2022).



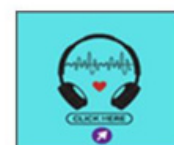
Un altro insieme di requisiti è tecnologico. È necessario creare l'ambiente infrastrutturale necessario, a cominciare dall'accesso a Internet a banda larga ad alta velocità per tutti. L'interoperabilità tra i dispositivi deve essere garantita e i benefici devono essere condivisi equamente, includendo le piccole e medie imprese tanto quanto le grandi aziende. (Commissione europea, 2022).

Per quanto riguarda i requisiti ambientali, la sensibilizzazione e standard ambientali più elevati potrebbero tenere sotto controllo le conseguenze indesiderate e gli effetti di rimbalzo. (Commissione europea, 2022).

In termini economici, è necessario che i mercati abilitanti evitino di rimanere bloccati in una "valle della morte dell'innovazione", quando i guadagni della ricerca non riescono a materializzarsi in forma applicata. Dovrebbe essere creato un ecosistema normativo che stabilisca elevati standard verdi e internalizzi i costi esterni dell'inquinamento e delle emissioni. Per sfruttare appieno il potenziale delle tecnologie digitali è necessario migliorare le competenze della forza lavoro. (Commissione europea, 2022).



Figura 32, Fonte: Guida ai voli in coincidenza su pexels.com



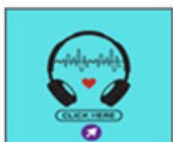
32. PRATICHE INTERNAZIONALI di Digitalizzazione dell'Ospitalità Sostenibile

L'industria del turismo globale ha beneficiato di tre ondate di cambiamento tecnologico (Pease e Rowe, 2005; Shanker, 2008) che hanno consentito ai CRS, ai GDS e all'uso di Internet di collegare destinazioni commerciali e aziende turistiche. L'evoluzione della tecnologia che ha consentito la quarta rivoluzione industriale è nota come Industria 4.0 (Ivanovič et al., 2017). (Zeqiri, A. Dahmani, M., Youssef, AB, 2020). **Le principali sfide che l'industria dell'ospitalità si trova ad affrontare sono il turismo di massa, la creazione di servizi personalizzati per i consumatori e lo sviluppo sostenibile. L'implementazione delle tecnologie dell'industria dell'ospitalità 4.0 dovrebbe aiutare a risolvere queste sfide.** (Zeqiri, A. Dahmani, M., Youssef, AB, 2020)

L'industria dell'ospitalità 4.0 mira alla creazione di servizi più personalizzati e digitalizzati per i consumatori. Dovrebbe ridurre il turismo di massa e consentire il turismo individualizzato esperienze e sostenibilità (Ben Youssef e Zeqiri, 2020). **L'ospitalità intelligente implica un sistema interoperabile e interconnesso che consente la condivisione di informazioni e fornisce valore aggiunto all'intero ecosistema delle parti interessate attraverso piattaforme digitali (Buhalis e Amaranggana, 2015; Buhalis e Leung, 2018). L'industria 4.0 ha cambiato il comportamento dei consumatori riguardo alla fruizione dei servizi di ospitalità.** Secondo Buhalis e Leung (2018), l'ospitalità intelligente metterà i clienti al centro del processo fornendo servizi ed esperienze personalizzate e contestualizzate e consentirà lo scambio di informazioni lungo la catena del valore. Inoltre, Ben Youssef e Zeqiri (2020) sottolineano che **i consumatori trarranno vantaggio da un ambiente digitale che consentirà loro di impegnarsi in varie attività utilizzando le tecnologie digitali. I consumatori non sono più soddisfatti dalla fornitura di strutture essenziali e il settore dell'ospitalità deve cambiare per soddisfare le loro aspettative.** (Zeqiri, A. Dahmani, M., Youssef, AB, 2020)

L'utilizzo di varie tecnologie nel settore dell'ospitalità non è solo uno strumento per migliorare, aumentare l'efficacia e l'efficienza, ma fa anche parte del processo di creazione dell'esperienza del cliente e migliora le prestazioni aziendali complessive. (Buhalis, Leung 2018). Il mondo in cui viviamo ora sta attraversando la quarta rivoluzione industriale – un'era in cui tecnologie come l'intelligenza artificiale, la robotica, l'Internet delle cose, la tecnologia wireless di quinta generazione e la realtà virtuale conquistano il mondo. (Zhu, Wang e Cheng, 2021)

Nell'ospitalità i robot vengono utilizzati in vari modi, come i chatbot che consentono ai hotel, un ristorante o un'agenzia di viaggi di garantire che supporto e assistenza siano disponibili 24 ore su 24, 7 giorni su 7. Il processo è automatizzato e consente di risparmiare risorse, offrendo una migliore esperienza al cliente in modo tempestivo. (Revfine, 2023) ANagasaki, in Giappone, l'Henn-na Hotel è diventato il primo hotel gestito da robot. I robot forniscono servizi come front



operazioni allo sportello, check-in e check-out, robot facchini per il trasporto dei bagagli e perfino il riconoscimento facciale per aprire la porta della camera. (Henn-na Hotel, 2023)



Figura 33, Fonte: *pexels-harsch-shivam-2007647* digitale con una vista a 360 gradi e persino vedere la disposizione

delle camere di un hotel semplicemente facendo clic con il mouse o indossando le cuffie. (Zhu, Wang e Cheng, 2021)

Le più grandi catene alberghiere come Marriott International, Hilton, Radisson Hotel Group hanno implementato tecnologie nelle loro operazioni quotidiane come check-in e check-out mobili, chat mobili e chiavi mobili. In alcuni alberghi è possibile controllare anche l'aria condizionata, le luci, ecc. tramite cellulare. L'utilizzo dell'IoT offre al settore dell'ospitalità la possibilità di fornire un servizio più personalizzato su misura. La raccolta dei dati sulle preferenze degli ospiti aiuta a fornire lo stesso servizio per soggiorni futuri e aiuta a fidelizzare gli ospiti verso un particolare marchio.

Ben Youssef e Zeqiri (2020) sostengono che CPS, IoT, AR, VR, AI, robotica e big data sono aspetti dell'industria 4.0 che influenzeranno il settore dell'ospitalità.

L'interconnessione delle tecnologie dell'Industria 4.0 può essere ottenuta attraverso l'uso di strumenti di integrazione di sistema orizzontali, verticali ed end-to-end lungo la catena del valore (Ben Youssef, 2020). (Zeqiri, A. Dahmani, M., Youssef, AB, 2020).

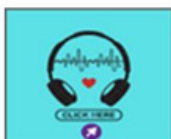
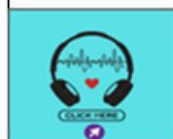


Tabella 32: Principali pilastri dell'industria dell'ospitalità 4.0 (Zeqiri, A. Dahmani, M., Youssef, AB, 2020).

Tabella 32: Principali pilastri del settore alberghiero 4.0			
Autori	Pilastro	Descrizione del tecnologia	La tecnologia dentro settore dell'ospitalità
(Lee et al., 2015)	CPS	I CPS sono definiti fisici integrati e interconnessi E virtuale arrangiamenti calcolo SU basato, sistemi di comunicazione e controllo.	Il CPS si compone di due aspetti: in primo luogo, l'interconnessione dei mondi fisici e cibernetici che consente l'accesso ai dati in tempo reale; secondo, intelligente gestione dei dati, analisi e capacità computazionale.
(Munir et al., 2017); (Kansakar et al., 2019)	IoT	coinvolge Interconnettività IoT tra dispositivi fisici e mondi cibernetici.	L'IoT consente interazioni con i turisti e raccolta di dati turistici in tempo reale, creando così servizi personalizzati e servizi localizzati e valutazione accurata di comportamenti dei turisti e preferenze.
(van Krevelen E Poelmann, 2010); (Kounavis et al., 2012)	CON	L'AR prevede la combinazione di oggetti reali e virtuali ambiente reale, sincronizzazione di oggetti reali e virtuali, e interazione in 3D e reale tempo.	AR fornisce ai turisti servizi più personalizzati e diversi aggiuntivi benefici. Permette ai turisti di farlo condividere e scambiare informazioni e opinioni con altri turisti in grandi reti.
(Desai et al., 2014); (Wiltshier e Clarke, 2016).	realtà virtuale	La realtà virtuale simula la realtà. “un ambiente simulato al computer (3D) che offre all'utente l'esperienza di essere presenti in quell'ambiente”.	La realtà virtuale fornisce alle persone opportunità per il virtuale viaggiare con un costo basso e contribuisce alla sostenibilità del turismo.
(Ben Youssef e Zeqiri, 2020); (Buhalis e Leung, 2018)	Grande dati	L'analisi dei big data lo è relativo ai recenti sviluppi tecnologici, che gestiscono i dati	Nel settore dell'ospitalità, grandi dati includono interni e Big Data esterni. I dati possono essere classificati in base alle loro caratteristiche e tipologia e gli attori dell'ecosistema dell'ospitalità a cui possono accedere e utilizzare



		analisi di elaborazione.	questi dati per preparare il business strategico pianifica e gestisci i propri operazioni in modo dinamico
(Tung e Legge, 2017); (Horvath e Szabó 2019); (Ben Youssef e Zeqiri, 2020)	AI e robot	L'intelligenza artificiale e i robot vengono utilizzati mantengono i A luoghi di lavoro contatto con le persone in a non-industriale condiviso ambientale e possono sostituire l'uomo nelle attività di ricerca e sviluppo.	L'intelligenza artificiale e i robot vengono utilizzati in settore dell'ospitalità da creare più personalizzato e esperienze uniche, per del viaggiatori presso istanza i centri di informazione del aeroporto.

Sostenibilità attraverso specifiche tecnologie o funzionalità digitali

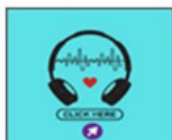
1 ICT: L'informazione è il tema più discusso per quanto riguarda le funzionalità.

La maggior parte degli articoli si riferisce ad esso separatamente da “comunicazione”, piuttosto che utilizzare l'acronimo combinato ICT. (Guandalini, I., 2022).

2 Big data: nell'era digitale, i big data sono il “nuovo petrolio” (ElMassah & Mohieldin, 2020). La letteratura selezionata li cita in relazione a due aspetti, nello specifico il loro contributo alla sostenibilità e all'IoT sostenibile. Per quanto riguarda il primo, secondo Seele (2016b), migliorando la comunicazione e la trasparenza, i big data possono innescare e monitorare la sostenibilità su larga scala. Inoltre, i big data consentono alle parti interessate di osservare e confrontare rigorosamente le prestazioni di sostenibilità.

Concentrandosi sul business to business, Sivarajah et al. (2020) evidenzia il ruolo integrativo dei big data e dell'analisi dei social media per promuovere la sostenibilità, in particolare con funzioni specifiche come il marketing e le operazioni. (Guandalini, I., 2022).

3 Gemello digitale: molto discusso come tecnologia specifica in relazione alla sostenibilità è anche il concetto di gemello digitale. Ad esempio, Allam e Jones (2021) discutono il ruolo del gemello digitale nelle città intelligenti e nello sviluppo urbano, spiegando come tale tecnologia aiuta a visualizzare e preparare le future città sostenibili. Lui et al. (2021) propongono un modello di elaborazione dei dati per la robotica di rilevamento intelligente finalizzata al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile. manifatturiera (Lafferty, 2019, Plumpton, 2019, Seele, 2016). (Guandalini, I., 2022).



33. SOMMARIO: Cos'è il concetto e il processo di digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile, come apprendere e aggiornare conoscenze e competenze sulla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile

L'Alleanza europea per le PMI digitali ha definito che **la digitalizzazione sostenibile o trasformazione digitale sostenibile è il processo di digitalizzazione dell'economia in modo duraturo, verde e organico.**

(PMI digitali, 2023)

Al giorno d'oggi l'industria dell'ospitalità va di pari passo con le tecnologie e dovrebbe adattarsi rapidamente alle nuove tendenze. **“La digitalizzazione** consente la realizzazione di infrastrutture resilienti in ogni applicazione per raggiungere la sostenibilità...”

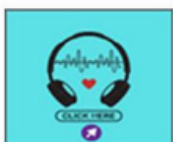
La tecnologia digitale ha già dimostrato di migliorare i servizi di ospitalità con decisioni intelligenti attraverso dati in tempo reale”. (Narayan et al., 2022)

La trasformazione digitale utilizza una varietà di tecnologie dell'informazione, informatiche, di comunicazione e di connessione per rafforzare un'entità apportando importanti cambiamenti alle sue caratteristiche.

Tecnologie digitali con il potenziale di alterare il modo in cui il settore dell'ospitalità gestisce le proprie operazioni e catene del valore, tra cui IoT, AI, robotica, blockchain, analisi dei big data, gemelli digitali e AR/VR. Queste tecnologie possono essere applicate dal settore dell'ospitalità per gestire le risorse e la capacità organizzativa, nonché il servizio, le relazioni con i clienti, il processo di ordinazione, la competitività, la qualità del servizio, la flessibilità, il consumo di risorse e l'innovazione. (Fiala, 2021)

Oggi più che mai **le competenze digitali** sono una parte importante della digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile. La fluidità digitale e la capacità di interpretare i dati, compresi quelli generati dai clienti attraverso il marketing online, il branding e la distribuzione, nonché la raccolta, la gestione e l'analisi dei dati, sono sempre più importanti in quanto la domanda di prodotti unici nel loro genere, crescono le esperienze turistiche su misura e personalizzate. Numerosi tipi di interazioni, esperienze e servizi personalizzati e incentrati sul cliente sono resi possibili dall'analisi dei dati e dalla procedura per la raccolta e l'analisi di grandi quantità di dati online sui clienti.

(Carlisle et. al., 2021) È essenziale avere la capacità di creare esperienze utilizzando AR, VR, realtà mista e altre tecnologie. La realtà aumentata e la realtà mista, che integrano anche oggetti virtuali in ambienti del mondo reale e potenziano l'interazione con essi, hanno il potenziale per rendere il viaggio più facile, più conveniente, più educativo e più sicuro migliorando l'esperienza anziché sostituirla, a differenza di realtà virtuale (VR), che generalmente rimuove gli utenti dall'ambiente circostante e li immerge in ambienti 3D. Ciò significa che le app mobili di realtà aumentata (basate sull'intelligenza artificiale) stanno attualmente rivoluzionando, facilitando,

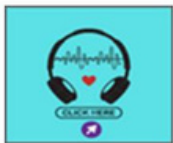


e animare i processi di accesso alle informazioni e di guida turistica. Gli hotel possono integrare l'AR in molti modi creativi per informare i propri clienti sulle attrazioni locali, sulle opzioni di trasporto locale, sulla scelta dei ristoranti e altre opzioni tramite check-in senza reception presso chioschi basati su tablet. Inoltre, è più essenziale rafforzare le capacità professionali in materia di sicurezza informatica, privacy e sicurezza online.

(Garcia eRuiz, 2020)



Figura 34, Fonte: pexels-markus-spiske-2559749 1



34. Stili di apprendimento suggeriti

Le persone non sono d'accordo su quanti stili esistano. Ad esempio, Neil Fleming, un nuovo Insegnante neozelandese, nel 1987 ha stabilito il suo popolare modello VARK, che comprende:

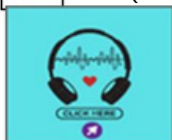
- Studenti visivi
- Studenti uditivi
- Studenti di lettura/scrittura
- Studenti cinestetici (fisici).

Lo specialista del comportamento umano Scott Black ha preso la ricerca del professore di Harvard Howard Gardner e l'ha messa in pratica, creando uno dei primi modi misurabili e prevedibili per determinare lo stile di apprendimento complessivo di una persona. Il processo inizia con le tue impronte digitali, sorprendentemente. Entro 24-48 ore, Black può produrre un rapporto di 36 pagine che identifica otto diversi intelletti e il modo in cui elabori personalmente le informazioni visive, uditive e cinestetiche. Verma, E. (2023).

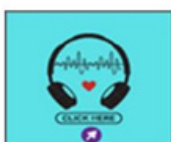
Ecco **otto stili di apprendimento** proposti da alcuni studiosi quando vengono utilizzate parole diverse (la sequenza può variare):

Tabella 33: Otto stili di apprendimento

Stile di apprendimento	Spiegazione
1 La linguistica Studente o Verbale Studenti (aka Linguistico Studenti)	Lo studente di lingue è colui che impara meglio attraverso abilità linguistiche tra cui leggere, scrivere, ascoltare o parlare. (Verma, E, 2023).
2 Il Naturalista o Naturale/ Natura Studenti	Il naturalista impara lavorando con la natura e sperimentandola. Se questo suona molto simile a quello di uno scienziato, è perché è così che gli scienziati imparano. Il naturalista ama le esperienze, ama osservare il mondo che lo circonda e cattura le migliori informazioni o conoscenze attraverso la sperimentazione. (Verma, E, 2023).
3 Il Musical o Studente ritmico o Aural (audio) Studenti	Lo studente musicale o ritmico è colui che impara usando la melodia o il ritmo. Sarebbe come un musicista che impara a suonare ascoltando un brano musicale o un batterista che sente i battiti nella sua testa e suona da fonti arbitrarie prima di metterlo insieme in studio. Ma può anche essere una persona che impara meglio canticchiando, fischiando, battendo i piedi, battendo la matita sulla scrivania, dimenandosi o ascoltando musica in sottofondo. Per questa persona, la musica non è una distrazione ma aiuta invece il processo di apprendimento. (Verma, E, 2023).
4 Il cinestetico Studente o Studenti fisici (tattili).	Lo studente cinestetico è una persona che impara meglio facendo effettivamente qualcosa. Queste persone sono anche di natura scientifica e devono interagire con gli oggetti per conoscerli (o



		conoscerli nel miglior modo possibile). (Verma, E, 2023).
5 Il visivo o Studente spaziale o Visivo (spaziale) Studenti		<p>Uno studente visivo o spaziale è una persona che impara meglio se ha a disposizione ausili visivi per guidare il processo di apprendimento.</p> <p>Ad esempio, qualcuno che può imparare meglio da diagrammi, immagini, grafici sarebbe uno studente visivo o spaziale. Queste persone tendono ad essere orientate alla tecnica e ad entrare nei campi dell'ingegneria.</p> <p>Un esempio di questo tipo di studente potrebbe essere una persona che diventa un ingegnere informatico o un programmatore. Ma i migliori studenti sono quelli che apprendono in modo visivo o spaziale. Perché? Perché essere abili nella programmazione e nell'IT richiede che tu sia un forte studente visivo o spaziale. Quasi tutto ciò che ha a che fare con i computer è concettuale e quindi si basa su rappresentazioni grafiche o visive di componenti che non possono essere effettivamente visti (ad esempio i byte). (Verma, E, 2023).</p>
6 L'oligo logico Matematico Studente oLogico (analitico) Studenti		<p>Lo studente logico o matematico deve classificare o categorizzare le cose.</p> <p>Tendono anche a comprendere relazioni o schemi, numeri ed equazioni, meglio di altri.</p> <p>Si tratta ovviamente di ingegneri, scienziati, matematici e altre professioni tecniche. (Verma, E, 2023).</p>
7 L'Interpersonale Studente oSociale Studenti (aka Linguistico Studenti)		<p>Lo studente interpersonale è qualcuno che impara relazionandosi con gli altri.</p> <p>Spesso queste persone condividono storie, lavorano meglio in team e confrontano le loro idee con quelle degli altri. In un certo senso, gli altri li aiutano a pensare a nuove idee. Spesso sono naturalmente buoni leader e giocatori di squadra. Vedi spesso queste persone in vari campi della psicologia o delle scienze sociali. (Verma, E, 2023).</p>
8 L'intrapersonale Studente oSolista Studenti		<p>Lo studente intrapersonale, in contrapposizione a quello interpersonale, è qualcuno che lavora e impara meglio quando è solo.</p> <p>Stabiliscono obiettivi individuali che sono impegnativi, ma non impossibili. Sono anche motivati da forze interne, piuttosto che esterne. Sono spesso individui introversi, ma non sempre. Queste persone spesso entrano in campi creativi, diventano imprenditori e talvolta proprietari di piccole imprese. Ma di solito si trovano in campi o industrie che consentono loro di lavorare senza supervisione diretta. (Verma, E, 2023).</p>



35. Lo studio su come le aziende stanno affrontando la digitalizzazione equali sono le loro pratiche di ospitalità sostenibile

In questo capitolo presenteremo alcune delle tendenze attuali e future per quanto riguarda gli sforzi di digitalizzazione e sostenibilità del settore dell'ospitalità in generale. L'obiettivo è quello di fornire a te, lettore, spunti pratici sulle varie tendenze e sviluppi che si sono verificati, soprattutto sulla scia della pandemia di Covid19.

Nella prima parte del capitolo ci concentreremo sulla digitalizzazione e sulle pratiche sostenibili del settore dell'ospitalità. Ciò offrirà al lettore una visione completa di come le aziende del settore alberghiero stanno affrontando le sfide della digitalizzazione e delle pratiche di sostenibilità e di come la pandemia di Covid19 in molti modi sia stata un acceleratore per entrambi.

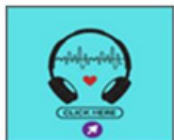
Successivamente, nella seconda parte del capitolo, ci concentreremo sulle specifiche tecnologie attuali e future nel settore dell'ospitalità. Ci concentreremo in particolare sulle seguenti tecnologie e su come contribuiscono alla digitalizzazione del settore dell'ospitalità:

Sistemi rivolti agli ospiti

- Sensori IoT in camera
- Servizi di ospitalità, sensori dell'area corporea
- Gestione dell'energia
- Automazione e monitoraggio degli edifici
- Realtà aumentata
- Tecnologia dei fari

Infine, in questo capitolo, affronteremo alcune delle sfide che le aziende del settore alberghiero devono affrontare quando lavorano con la digitalizzazione, ad esempio

- Interoperabilità,
- Gestione dati,
- Sicurezza e privacy



36. Workshop sul campo e ambiente di lavoro nel settore della digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile

La digitalizzazione è una parte inevitabile della mentalità strategica della maggior parte delle aziende del settore alberghiero. Che tu sia una catena alberghiera multimiliardaria o un bed and breakfast locale, le competenze digitali sono una parte essenziale del tuo modello di business. Ciò deve però essere visto attraverso il prisma delle esigenze dell'azienda e, cosa altrettanto importante, delle richieste degli ospiti. In molti modi ciò contribuirà a determinare la portata della digitalizzazione e la necessità di ulteriori sforzi di digitalizzazione.

Altrettanto importante quanto l'attenzione sempre crescente alla digitalizzazione è la necessità di affrontare pratiche di ospitalità sostenibili. Quanto dobbiamo essere ecologici e quanti sforzi dedichiamo allo sviluppo della nostra attività in modo più sostenibile?

Ancora una volta, questo è un equilibrio tra le esigenze dell'azienda e le richieste degli ospiti.

Gli argomenti di cui sopra saranno al centro di questo sottocapitolo. Entrambi verranno trattati allo stesso modo, esaminando inizialmente il contesto storico dell'argomento al fine di comprendere meglio la situazione attuale che si concluderà con una visione delle possibilità future.

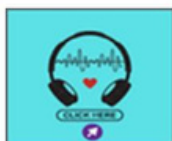
36.1. Pratiche di digitalizzazione

Pratiche di digitalizzazione

La situazione attuale della digitalizzazione nel settore dell'ospitalità

Per molti versi lo sviluppo della digitalizzazione nel settore dell'ospitalità si riflette nello sviluppo digitale generale in altri settori di business e, a questo proposito, ci troviamo attualmente in quella che è conosciuta come la "quarta rivoluzione industriale".

(PWC, 2018) di cui parleremo in dettaglio più avanti in questo sottocapitolo. Per comprendere quest'ultimo, tuttavia, dobbiamo affrontare lo sviluppo della società moderna negli ultimi 150 anni, come illustrato dal modello seguente con le 3 "rivoluzioni" precedenti e come, in particolare, le 3 parti delle rivoluzioni abbiano contribuito a modellare gli sforzi digitali di aziende dell'ospitalità



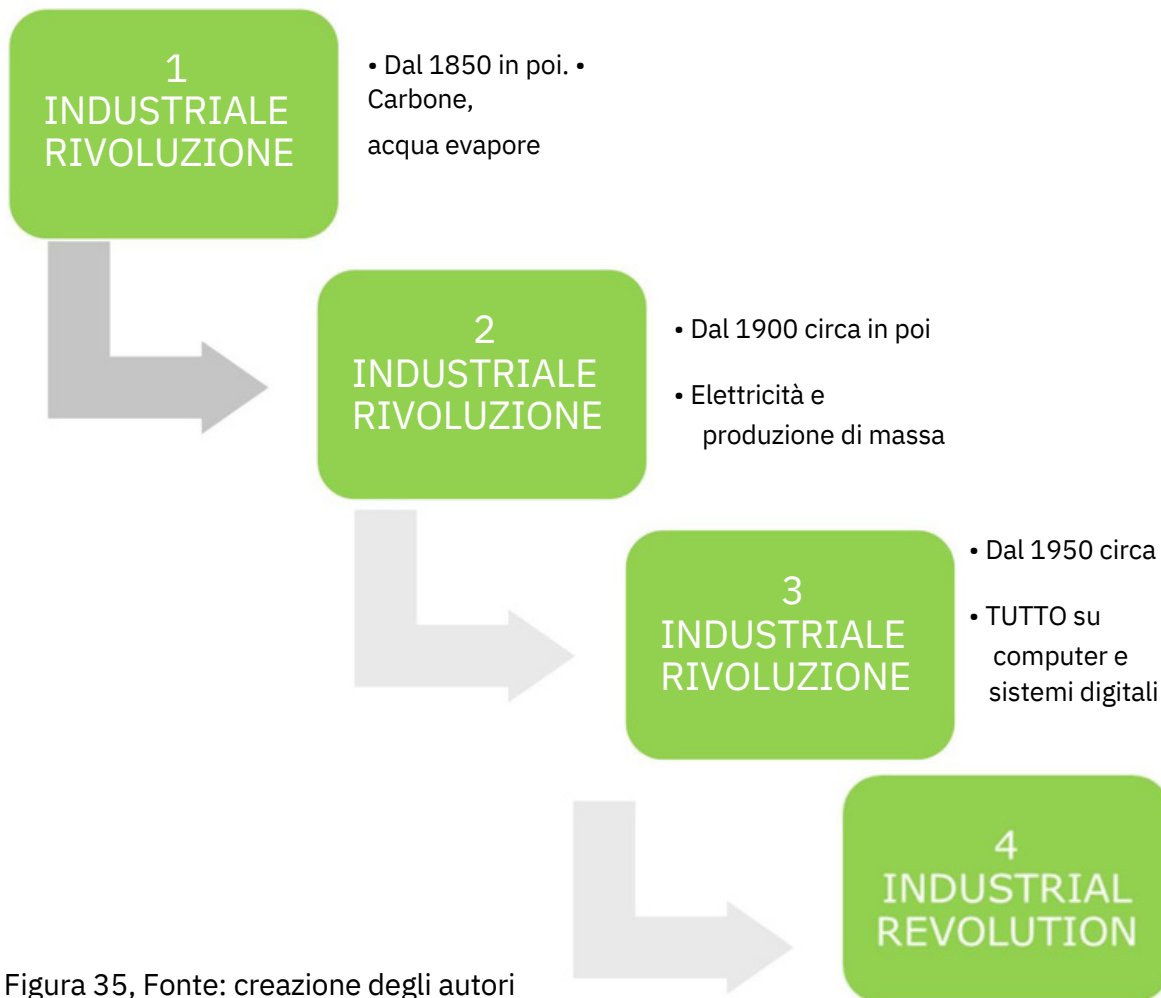


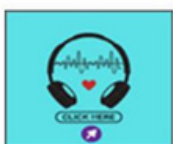
Figura 35, Fonte: creazione degli autori

Rivoluzioni 1e2

Durante la Prima Rivoluzione Industriale siamo passati da una società prevalentemente agricola in cui la maggioranza delle persone viveva prevalentemente in campagna come avevano fatto i loro antenati. L'occupazione tradizionale era, ed era stata nei precedenti 1000 anni, l'agricoltura che occupava la stragrande maggioranza della forza lavoro. A metà del 1800 le innovazioni tecnologiche determinarono però un cambiamento significativo sia nel modo in cui le merci venivano prodotte e trasportate, ma anche nel luogo in cui vivevano le persone. In breve, l'invenzione dei motori a vapore attraverso l'utilizzo del carbone e di altre materie prime ha reso gli strumenti di produzione

significativamente più efficace. Ha anche spinto le persone a trasferirsi dalle campagne alle città per trovare occupazione nel fiorente settore industriale.

Alla prima rivoluzione seguì, alla fine del 1800, la seconda con l'introduzione dell'energia elettrica. Ciò ha salutato un'area di produzione di massa e una maggiore efficienza mai vista prima nell'esistenza umana. Come conseguenza delle due rivoluzioni avvenute tra il 1850 e il 1930 circa, l'agricoltura non era più l'occupazione predominante poiché ora venivano creati posti di lavoro nelle fabbriche cresciute sulla scia della prima e della seconda rivoluzione industriale (PWC, 2018).



Rivoluzione 3

La terza rivoluzione industriale ha avuto luogo intorno agli anni '50 e ha salutato l'avvento dell'era digitale con l'invenzione del computer e della tecnologia digitale.

Inizialmente, l'evoluzione della tecnologia digitale nella fase iniziale è stata lenta e frammentaria, ma la situazione è cambiata radicalmente con l'avvento di Internet a partire dai primi anni '90, che ha funzionato come acceleratore per lo sviluppo del digitale. innovazioni.

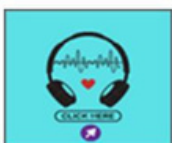
Rivoluzione 4

E questo ci porta ai giorni nostri e alla quarta rivoluzione industriale in cui le aziende stanno attualmente operando. Il termine stesso è stato coniato dal World Economic Forum nel 2016 ed è visto da molti come una forza di cambiamento e disgregazione molto maggiore rispetto alle 3 rivoluzioni precedenti:

Ci sono tre ragioni per cui le trasformazioni odierne rappresentano non semplicemente un prolungamento della Terza Rivoluzione Industriale ma piuttosto l'arrivo di una Quarta e distinta: velocità, portata e impatto sui sistemi. La velocità delle scoperte attuali non ha precedenti storici. Se paragonata alle precedenti rivoluzioni industriali, la Quarta si sta evolvendo a un ritmo esponenziale piuttosto che lineare. Inoltre, sta sconvolgendo quasi ogni settore in ogni paese. L'ampiezza e la profondità di questi cambiamenti preannunciano la trasformazione di interi sistemi di produzione, gestione e governance. (WEF, 2016)

In sostanza la quarta rivoluzione industriale riguarda la fusione tra uomo e macchina. E no, non stiamo parlando di uno scenario da "Terminator" con Arnold Schwarzenegger nel ruolo principale di una macchina per uccidere l'umanità in un futuro post-apocalittico, dove le macchine hanno preso il controllo dell'umanità!

Piuttosto, è un'era in cui l'interazione tra tecnologia ed esseri umani è più inseparabile che in passato e in cui l'intelligenza artificiale, il cloud computing, la robotica, la stampa 3D, l'Internet delle cose e le tecnologie wireless avanzate influenzeranno la vita quotidiana delle persone in tutto il mondo. Nuove tecnologie emergono costantemente e la nostra dipendenza quotidiana dai dispositivi digitali sta aumentando rapidamente. Ciò è stato ulteriormente accelerato dagli ultimi due anni di Covid19 e questo sarà trattato in un capitolo separato più avanti.



36.2. Come hanno influenzato le diverse rivoluzioni il settore dell'ospitalità?

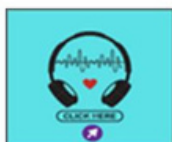
Come accennato in precedenza, il settore dell'ospitalità non può essere separato dallo sviluppo generale dell'ambiente circostante e invece di essere una forza di cambiamento, il settore dell'ospitalità ha semplicemente adattato la propria offerta alle esigenze derivanti dai cambiamenti che si verificano intorno ad esso. Come conseguenza delle prime due rivoluzioni, sempre più persone si trasferirono dalle campagne alle città più grandi, e con loro si spostarono anche gli alberghi. Invece delle piccole taverne a conduzione familiare in campagna, sembrano apparire hotel e resort più grandi per soddisfare la crescente necessità alloggio.

Allo stesso modo, le rivoluzioni industriali hanno innescato un aumento costante del reddito medio soprattutto nei paesi occidentali che hanno raccolto i benefici dei progressi tecnologici, consentendo ai clienti di spendere somme maggiori per l'intrattenimento del tempo libero. Ciò è stato illustrato dallo psicologo Abraham Maslow e dalle sue piramidi dei bisogni. Mentre nelle prime fasi della rivoluzione industriale i consumatori si preoccupavano dei bisogni primari (principalmente la sicurezza e il cibo in tavola), ora sono gradualmente saliti "verso l'alto" di quest'ultima piramide dei bisogni e sono stati in grado di soddisfare altri bisogni – tra cui questi il bisogno di piacere e benessere. Nella maggior parte delle società occidentali a partire dagli anni '50 ciò significava che un numero considerevole di famiglie della classe media potevano acquistare lavatrici, frigoriferi e altri apparecchi tecnologici che prima erano destinati solo alle persone ad alto reddito. Inoltre, ciò significava che la famiglia media della classe media ora aveva anche i mezzi disponibili per spendere soldi in altre lussu come viaggi e altri tipi di esperienze, alimentando così la crescita delle aziende nel settore dell'ospitalità dagli anni '50 in poi.

Questo sviluppo non è stato affatto un fenomeno globale, poiché gran parte del globo nell'ultima parte del XX secolo viveva ancora in povertà senza mezzi per partecipare allo sviluppo economico sopra descritto. Nella maggior parte dei paesi dell'Europa orientale, ad esempio, dove il livello di sviluppo tecnico e digitale non si è verificato allo stesso ritmo dell'Europa occidentale e degli Stati Uniti, la povertà era ancora una parte integrante della vita quotidiana e quindi l'opportunità di elargire denaro lussu come viaggiare all'estero non erano fattibili (e in diversi paesi controllati dall'Unione Sovietica non erano nemmeno consentiti!)

36.3. Come la pandemia di Covid19 ha alimentato gli sforzi digitali del settore dell'ospitalità

Uno degli acceleratori predominanti nell'introduzione della quarta rivoluzione industriale nel settore dell'ospitalità è stato senza dubbio il Covid19



pandemia che in molti modi ha costretto le parti più grandi dell'industria a passare al digitale a un livello mai visto prima (Zeqiri et al., nd). Piuttosto che essere una scelta, è diventata una necessità per le aziende di tutti i settori del settore dell'ospitalità abbracciare le nuove tecnologie per sopravvivere
AIL



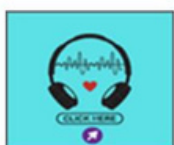
ramificazioni della pandemia (CBI, *Figura 36, Fonte: pexels-miguel-á-padriñán-3936421 1* 2021). Conosciuto anche come “il grande acceleratore” della digitalizzazione (Amankwah-Amoah et al., 2021), il Covid19 ha rimodellato il modo in cui le aziende di tutti i settori lavorano con strumenti digitali eguali alle aziende che rimangono indietro. Di seguito abbiamo delineato alcune tendenze riguardanti la digitalizzazione che stanno e continueranno ad influenzare il settore dell'ospitalità sulla scia del Covid19. Alcuni sono proprio dietro l'angolo mentre altri sono nel vicino orizzonte. In ogni caso, l'industria dovrà affrontare queste “sfide” per rimanere al passo con le richieste dei suoi ospiti e per seguire lo sviluppo generale della tecnologia.

Tendenza 1–Esperienze remote

Un curioso effetto collaterale della pandemia di Covid19 sembra aver suscitato il desiderio di prendere parte ad esperienze a distanza. In un recente studio condotto da OTA Booking.com è emerso che oltre il 36% degli intervistati preferiva effettivamente visitare una destinazione dove non erano mai stati prima se potevano darne un'anteprima utilizzando la realtà virtuale. (Booking.com, 2022). Ciò indicherebbe che le esperienze remote/online/virtuali non sono più limitate a un periodo in cui le persone non sono state in grado di viaggiare a causa della pandemia, ma si sono presentate come una caratteristica permanente delle aspettative degli ospiti. Questa tendenza è supportata da diversi recenti progetti di ricerca internazionali che analizzano gli effetti del Covid19 sull'ospitalità settore.

Analizzando 359 risposte raccolte da utenti VR, (Talwar et al., 2022) conclude che

I nostri risultati rivelano anche che i consumatori mostrano una consapevolezza di ciò che sono pronti a sacrificare il piacere edonistico e il divertimento offerti dal turismo in situ. In effetti, gli intervistati nel nostro studio esprimono l'intenzione di continuare a utilizzare il turismo VR per soddisfare la loro voglia di viaggiare anche dopo la fine della pandemia. Questa scoperta implica che i governi e le associazioni di viaggio dovrebbero lavorare per trarre vantaggio da questi



intenzioni di proseguimento verso il turismo VR. Naturalmente, questi sforzi richiedono anche il riconoscimento del fatto che i ricavi generati dai viaggi in-situ superano quelli generati dai viaggi ex-situ.

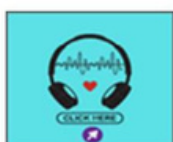
Nel loro studio sui tour virtuali come conseguenza della pandemia di Covid19 (Geng, 2022) fanno effettivamente un ulteriore passo avanti e concludono la loro ricerca che; La nostra scoperta sull'inefficacia dei tour virtuali gratuiti nell'attrarre la presenza fisica dei visitatori in determinate condizioni identifica un'opportunità di trasformazione per esplorare nuovi modelli di business diventando virtuali. Con il progresso della tecnologia dell'informazione e l'evoluzione delle circostanze, i tour virtuali non sono solo un supplemento che offre una prova "incontra prima del viaggio" o un miglioramento in loco, ma anche un sostituto che cannibalizza la domanda fisica e potrebbe costituire una fonte alternativa di reddito.

Questo quindi segna la fine dell'incontro fisico di servizio tra l'ospite e il fornitore di ospitalità? Probabilmente no, ma è interessante notare che la pandemia ha sicuramente cambiato la nostra percezione dell'interazione tra l'esperienza virtuale e quella fisica. Questa non è affatto una tendenza esclusivamente interna al settore dell'ospitalità e, poiché le tecnologie virtuali in generale sono in costante sviluppo, le possibilità di integrarle nelle operazioni strategiche delle aziende di ospitalità stanno diventando sempre più allettanti. In ogni caso, le esperienze a distanza attraverso l'uso di dispositivi tecnologici giustificano ulteriori ricerche e sforzi da parte delle aziende del settore alberghiero, che cercano di adattare la propria offerta alle esigenze future dei propri clienti.

Tendenza 2 – Spazio di lavoro remoto

Come in qualsiasi altro settore, la pandemia di Covid19 ha avuto un profondo effetto sulla digitalizzazione della tradizionale nozione di spazio di lavoro. Decine di dipendenti sul posto di lavoro apprendono che il loro lavoro potrebbe essere gestito in modo altrettanto efficiente (e talvolta in modo più efficiente) comodamente da casa. Allo stesso modo, i leader di praticamente tutti i tipi di settore hanno imparato che i dipendenti che lavorano in remoto non significano una minore produttività. Lo stesso vale per il settore dell'ospitalità.

Ciò può tuttavia sembrare strano in quanto una delle caratteristiche predominanti del settore dell'ospitalità è, ed è sempre stata, l'incontro tra l'ospite e il fornitore del servizio – noto anche come "Il momento della verità". Nella loro ricerca sul settore alberghiero post Covid-19, tuttavia, (António & Rita, 2021) hanno scoperto che, sebbene non sia possibile (o addirittura auspicabile) introdurre hotel senza contatto con il cliente, gli incontri online tra personale e dipendenti senza o con poco contatto con il cliente, sarebbe comunque vantaggioso e auspicabile per la maggior parte dei manager del settore alberghiero. Si prevede quindi la prosecuzione di alcune pratiche online da Covid19.



Soprattutto il settore alberghiero deve affrontare la questione degli spazi di lavoro a distanza quando si tratta dei propri reparti congressuali, dove le conferenze virtuali sono destinate a diventare più comuni in futuro. Ciò richiede non solo un massiccio investimento nella tecnologia digitale per facilitare le riunioni online, ma anche la formazione del personale dell'hotel quando le riunioni passano dalla presenza psichica alla presenza digitale.

Tendenza 3 Questa volta si tratta di un approccio personale: utilizzare la tecnologia per creare esperienze personalizzate

Come abbiamo sostenuto nel “trend numero 1”, la riluttanza degli ospiti a partecipare ad esperienze a distanza è stata in una certa misura annullata dalla pandemia di Covid19, che a sua volta ha alterato il comportamento dell'ospite. Siamo, “post” Covid19, più inclini a utilizzare esperienze digitali e con questa tendenza arriva anche la possibilità di personalizzare e soddisfare meglio le esigenze individuali dell'ospite.

Nel loro esame della quarta rivoluzione industriale e dei suoi impatti sul settore dell'ospitalità alla luce del Covid19 (Zeqiri et al., nd) concludono:

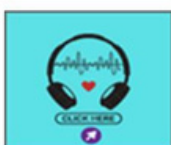
Accanto a questi sviluppi, l'intelligenza artificiale, l'IoT, la realtà virtuale e l'AR stanno facilitando uno stretto coinvolgimento con i consumatori che porta alla lealtà verso una particolare azienda.

Queste tecnologie consentono la raccolta di informazioni sulla vita quotidiana delle persone, sulle loro preferenze sui programmi TV, sui Mi piace su Facebook, ecc. Gli acquisti con carte di credito e le ricerche su Google, insieme alle attività svolte nell'uso o nel trasporto di un telefono cellulare consentono la memorizzazione dei dati. Tuttavia, la loro interpretazione richiede investimenti in tecnologie appropriate. I servizi abilitati dalle tecnologie includono la regolazione automatica della temperatura ambiente, i controlli TV, il controllo dell'illuminazione, la sveglia, il check-in e il check-out self-hotel, l'assistenza dei robot negli aeroporti e i tour virtuali. In quasi tutti i casi, le tecnologie non sono isolate ma vengono implementate come un insieme per garantire la trasformazione del business tradizionale in business 4.0 e per fornire ai consumatori migliori servizi ed esperienze individuali.

In altre parole: il Covid19 ha aperto la possibilità alle aziende del settore alberghiero di utilizzare la suddetta tecnologia per creare esperienze più personalizzate per i propri ospiti. Ciò richiede tuttavia investimenti in tecnologia, conoscenza di come raggiungere questo obiettivo e volontà di integrare la tecnologia nelle operazioni quotidiane.

Soprattutto quando l'attenzione alla personalizzazione della Generazione Z e della Generazione Y attraverso esperienze prodotte tecnologicamente sembra essere in aumento. Nel loro rapporto generale del 2021, la CBI conclude che:

L'avvento dei dispositivi mobili come smartphone e tablet ha aumentato la necessità tra queste giovani generazioni di personalizzazione privata delle loro esperienze lungo tutte le fasi del percorso del cliente. L'aumento della domanda di esperienze personalizzate è incrementato dai progressi tecnologici che lo rendono possibile



crearli. I viaggiatori si aspettano esperienze che corrispondano strettamente alle loro preferenze personali, da destinazioni e alloggi a camere e attività di hotel "intelligenti" ottimizzate. Migliore è la partita, maggiori sono le possibilità che i visitatori ritornino e la condividano con i loro amici, fan e follower. (CBI, 2021)

Le aziende del settore dell'ospitalità tengono già d'occhio come il loro servizio possa essere reso "instagrammabile" - in altre parole degno di essere condiviso su ALCUNE piattaforme, e questa tendenza è destinata a continuare, come indica il rapporto di CBI di cui sopra. Allo stesso modo, le aziende del settore alberghiero devono ripensare il loro utilizzo della tecnologia in modo che diventi uno strumento integrato nelle loro operazioni quotidiane e "non solo" uno strumento di marketing. Più avanti in questo capitolo presenteremo alcuni degli strumenti a disposizione delle aziende del settore alberghiero nella loro lotta per diventare più digitali.

36.4. La situazione futura della digitalizzazione nel settore dell'ospitalità

Sembrano essere in arrivo diversi mega trend che accontenteranno i futuri clienti delle offerte di ospitalità, e questo è qualcosa che il settore dell'ospitalità dovrà affrontare in un futuro non troppo lontano. Di seguito ne abbiamo elencati alcuni

tendenze predominanti che avranno un impatto sul livello di digitalizzazione del settore dell'ospitalità nel breve termine e richiederanno nuove competenze da parte degli hotel, degli operatori turistici e così via.

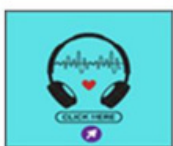
Trend 1–La quinta rivoluzione industriale è in arrivo...

Come sottolineato in precedenza in questo capitolo, il settore dell'ospitalità non dovrebbe e non può essere visto come un settore economico separato dallo sviluppo tecnologico generale che interessa le aziende di altri settori. Saranno infatti le aziende dell'ospitalità che riusciranno ad adeguarsi alla nuova realtà tecnologica ad avere la meglio nella corsa ai futuri ospiti nativi digitali, ed è quindi rilevante analizzare cosa conterrà la prossima "rivoluzione".

In uno speciale rapporto sulle tecnologie del prossimo futuro, il McKinsey Technological Counsel, in collaborazione con esperti esterni ed interni (McKinsey, 2022), evidenzia 14 tendenze che avranno un enorme impatto su aziende e consumatori nel prossimo futuro e che costituiscono elementi del quinto

rivoluzione industriale. Non tutti sono rilevanti per il settore dell'ospitalità, ma di seguito abbiamo scelto le 5 tendenze più rilevanti che avranno sicuramente un impatto enorme sulla maggior parte delle aziende del settore dell'ospitalità nel mondo.

futuro prevedibile:



IA applicata: i modelli formati nell'apprendimento automatico possono essere utilizzati per risolvere problemi di classificazione, previsione e controllo per automatizzare le attività, aggiungere o aumentare capacità offerte e prendere decisioni migliori.

In che modo le aziende del settore alberghiero possono aggiornare, ad esempio, i propri sistemi di prenotazione utilizzando l'intelligenza artificiale?

Connettività avanzata: reti cellulari 5G/6G, reti wireless a basso consumo, satelliti a bassa orbita terrestre e altre tecnologie supportano una serie di soluzioni digitali che possono favorire la crescita e la produttività in tutti i settori.

In che modo le aziende del settore alberghiero lo utilizzeranno per migliorare le esperienze remote menzionate in precedenza?

Futuro del consumo sostenibile: il consumo sostenibile implica la trasformazione del consumo industriale e individuale attraverso la tecnologia per affrontare i rischi ambientali, compreso il cambiamento climatico.

In che modo, ad esempio, gli hotel potranno agire in modo proattivo per ridurre gli sprechi alimentari e diventare quindi più sostenibili?

Tecnologie di realtà immersiva: le tecnologie di realtà immersiva utilizzano tecnologie di rilevamento e calcolo spaziale per aiutare gli utenti a "vedere il mondo in modo diverso" attraverso la realtà mista o aumentata o "vedere un mondo diverso" attraverso la realtà virtuale.

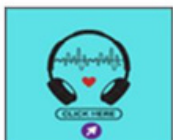
Per realizzare esperienze personali realizzate tecnologicamente è fondamentale comprendere la tecnologia che lo consente!

Architetture di fiducia e identità digitale: le tecnologie di fiducia digitale consentono alle organizzazioni di costruire, ampliare e mantenere la fiducia delle parti interessate nell'uso dei loro dati e dei prodotti e servizi abilitati al digitale.

Per avere successo con le tendenze sopra menzionate, la sicurezza diventa una questione vitale

Figura 37, Fonte: creazione degli autori.

Tutte le tendenze tecnologiche sopra menzionate avranno un impatto enorme sui futuri modelli di business delle società di ospitalità, a vari livelli fuori rotta. Le dimensioni giocheranno sicuramente un ruolo importante in termini di capacità di implementare alcune delle soluzioni più costose in cui le catene alberghiere più grandi e gli operatori turistici hanno un chiaro vantaggio finanziario. Tuttavia, con l'ulteriore sviluppo di tecnologie come l'intelligenza artificiale, la realtà virtuale e così via (e il conseguente calo del prezzo della tecnologia man mano che si sviluppa) anche le aziende di ospitalità molto piccole saranno in grado di implementare alcune delle tendenze di cui sopra. L'adattabilità alla tecnologia è un altro fattore chiave. Tradizionalmente, il settore dell'ospitalità non è stato il primo a muoversi quando si tratta di adattare le nuove tecnologie come parte dei propri modelli di business e, come abbiamo sottolineato in precedenza, il Covid19 è stato un importante fattore che ha contribuito a "spingere" nuove soluzioni tecnologiche nel settore. Resta da vedere come il settore risponderà alle future esigenze degli ospiti, o se questi ritorneranno al tradizionale Modus Operandi.

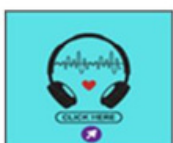


Alla fine, la forza predominante che guiderà lo sviluppo tecnologico nel settore dell'ospitalità saranno i clienti e le loro esigenze. Tuttavia, il progresso delle soluzioni digitali provenienti dagli strumenti della quarta rivoluzione industriale potrebbe anche contribuire ad alleviare alcune delle minacce immediate che affliggono il settore dell'ospitalità. Nella loro ricerca sull'ospitalità "post Covid19 (Zeqiri, 2022) evidenzia le tre principali sfide che il settore dell'ospitalità deve affrontare –1) Turismo di massa, 2) La creazione di esperienze personalizzate e3) Sostenibilità. Come sostengono, tutti e tre possono essere ridotti dall'uso della tecnologia.

•**Sfida 1-Turismo di massa:** questo fenomeno è stato un problema per diverse grandi città europee come Venezia e Barcellona, dove l'afflusso di turisti verso luoghi e attrazioni popolari si è rivelato problematico. Sia per gli altri turisti, poiché l'enorme massa di persone rende l'esperienza minore, ma anche per l'effetto che ciò ha sulla popolazione locale che potrebbe non essere del tutto entusiasta nel vedere la propria zona piena di stranieri. Utilizzando la tecnologia della realtà virtuale ciò potrebbe aiutare ad alleviare parte della pressione su queste destinazioni popolari. Immagina ad esempio di fare una visita guidata personale a Venezia senza lasciare il comfort di casa tua, o di fare immersioni con i grandi squali bianchi in Sud Africa senza bagnarti?

•**Sfida 2–Esperienze personalizzate:** come accennato in precedenza in questo capitolo, la personalizzazione delle esperienze è in aumento tra i futuri consumatori di ospitalità. Essendo in grado di estrarre conoscenza da fonti Big Data, ad esempio, le aziende del settore alberghiero saranno in grado di personalizzare offerte ed esperienze per i propri clienti in base al loro precedente comportamento di acquisto. Le aziende di ospitalità che sono in grado di farlo otterranno così un vantaggio competitivo rispetto alla concorrenza e, allo stesso tempo, creeranno un'esperienza migliore e più memorabile per il cliente.

•**Sfida 3–Sostenibilità:** di per sé, pochissime aziende del settore dell'ospitalità sono sostenibili per loro natura! Ogni volta che andiamo in vacanza all'estero, usiamo energia per cose che rigorosamente –almeno secondo Maslow – non sono essenziali per la nostra sopravvivenza. L'aereo che utilizziamo per viaggiare in Spagna costa enormi quantità di carburante, il che è dannoso per l'ambiente. Gli hotel in cui soggiorniamo consumano enormemente risorse per soddisfare le nostre esigenze e così via. In questo caso, tecnologie come l'illuminazione intelligente e adattabile nelle camere d'albergo potrebbero essere di grande valore per ridurre il consumo energetico! Nel ristorante in cui mangiamo, i contatori intelligenti in cucina eviteranno gli sprechi alimentari e invece di utilizzare l'energia per i trasporti potremmo viaggiare per il mondo utilizzando la tecnologia VR!



Il modo in cui le aziende del settore alberghiero affronteranno la sfida sopra menzionata determinerà il futuro del settore dell'ospitalità. La tecnologia è disponibile, ma la sua implementazione non è priva di complicazioni. In primo luogo, ciò richiederà un sostanziale investimento da parte delle aziende nella relativa tecnologia. Allo stesso modo, richiederà anche nuove competenze ai propri dipendenti. Quest'ultimo, lo sviluppo delle competenze, è stato evidenziato come una delle principali sfide nel lavorare con i Big Data (Pahus, 2022) che sarà trattato ulteriormente nella Parte 3 di questo capitolo.

36,5. Pratiche di sostenibilità

Pratiche di sostenibilità

La situazione attuale della sostenibilità nel settore dell'ospitalità

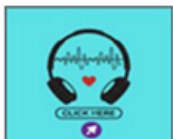
Per ironia della sorte, l'attenzione alla sostenibilità e alle pratiche sostenibili da parte delle aziende è una conseguenza diretta dello sviluppo descritto nel sottocapitolo precedente. Uno dei tanti effetti collaterali della produzione industriale è stato, ed è ancora in gran parte, un aumento del livello di CO2 che ha un effetto dannoso sul pianeta in cui viviamo attualmente.

Il riscaldamento globale, come è comunemente noto, rappresenta una minaccia molto reale per l'esistenza umana e anche per i vari settori del settore dell'ospitalità, come dimostrano le ondate di caldo torrido che hanno colpito la parte meridionale dell'Europa nell'estate del 2022. Le temperature innaturalmente elevate ciò che si è verificato nel bacino del Mediterraneo negli ultimi 10 anni potrebbe finire per spaventare i futuri turisti, con gravi conseguenze sul settore dell'ospitalità nei paesi di questa regione (McKinsey, 8 settembre 2020). Ciò a sua volta ha generato la frase "turismo del calore" in cui i viaggiatori potrebbero essere più disposti a scegliere Stoccolma piuttosto che Roma in futuro come destinazione estiva preferita (New York Times, 2022).

Allo stesso modo, il caldo estremo può causare problemi durante i viaggi, come evidenziato dal crescente numero di aerei rimasti a terra a causa dell'alta temperatura.

In sostanza, un aereo non può funzionare a temperature estremamente elevate e ulteriori ondate di caldo nei paesi dell'Europa meridionale potrebbero causare gravi interruzioni al traffico aereo (McKinsey, 22 settembre 2020).

ovviamente c'è anche la preoccupazione degli ospiti per quanto riguarda l'allarme globale. Proprio come i governi di tutto il mondo stanno intensificando i loro sforzi per pensare e agire in modo più sostenibile, così le aziende di tutti i settori economici sono costrette a fare la loro parte nel creare meno emissioni di CO2 per prevenire ulteriori cambiamenti climatici. Come accennato in precedenza, questa è davvero una delle sfide future



di fronte al settore dell'ospitalità, soprattutto perché la maggior parte dei servizi non sono beni di prima necessità in senso stretto.

36.6. Sostenibilità dopo la pandemia di Covid19?

All'inizio della pandemia molti si aspettavano che il Covid19 avrebbe avuto un enorme impatto sulle questioni di sostenibilità nel settore dell'ospitalità. Sebbene non previsto come la forza trasformatrice per cui si è rivelato essere il Covid19 digitalizzazione nel settore dell'ospitalità, si prevede che la pandemia svolgerà un ruolo sostanziale nel focalizzare l'attenzione sul riscaldamento globale e su come le aziende del settore alberghiero potrebbero affrontare questi problemi sulla scia della pandemia. Inoltre, molti esperti hanno previsto un cambiamento nella domanda dei consumatori verso viaggi più sostenibili e servizi di ospitalità più sostenibili (Pappalepore, 2022).

Come il

le frontiere sono state chiuse durante la pandemia, impedendo ai turisti di viaggiare, "staycation"

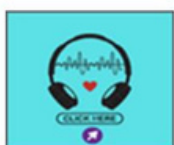
(Non potendo viaggiare all'estero, molti consumatori sono stati costretti a "restare" a casa durante le loro "vacanze", da qui il termine "staycation") rappresentava un grosso problema e si prevedeva che questa tendenza continuasse dopo il Covid19. Sfortunatamente, gli effetti del Covid19 sulla sostenibilità e su viaggi più sostenibili non si sono concretizzati. Esistono invece ampie ricerche che suggeriscono che il Covid19 ha un effetto minimo o nullo sulla sostenibilità nel settore dell'ospitalità nel suo complesso, come verrà descritto nel prossimo capitolo.

36.7. Nuovi modelli di business post Covid19 o ritorno al business as usual?

Di seguito abbiamo selezionato le ricerche attuali e i rapporti del settore per accertare gli effetti del Covid19 sulla sostenibilità. Nella loro ricerca sul Covid19

e il suo effetto sulle pratiche sostenibili, Tauber et.al (Tauber) hanno trovato pochissime prove a sostegno di eventuali cambiamenti importanti subito come conseguenza della pandemia. Innanzitutto hanno esaminato il lato dell'offerta (aziende del settore alberghiero) per vedere se si fossero verificati dei cambiamenti. La loro conclusione è stata tuttavia che, sebbene il Covid19 sia riuscito a interrompere per un breve periodo le pratiche di sostenibilità, la conseguente apertura delle frontiere e la ripresa dei comportamenti di viaggio pre Covid19 sono diventati la norma. Ciò che è anche importante capire è che la maggior parte delle aziende del settore alberghiero sono state duramente colpite dal punto di vista finanziario dalla pandemia e sono ora in procinto di recuperare le entrate perse a causa della pandemia. Ciò rende meno fattibile investire in un riallineamento sostenibile dell'attuale modello di business:

Sebbene, dopo due anni di declino commerciale indotto dal COVID-19, la maggior parte dei fornitori come compagnie aeree, catene alberghiere, operatori di crociere, parchi divertimenti e casinò sono sotto



forte pressione finanziaria. Pertanto, la maggior parte di loro deve prima riprendersi migliorando l'utilizzo della capacità delle risorse esistenti, senza enfatizzare un reindirizzamento sostenibile del proprio modello di business. Non riusciamo a vedere ragioni né possibilità per cui come i grandi fornitori e destinazioni internazionali del mercato di massa dovrebbero cambiare i loro modelli di business finché il lato della domanda desidera ancora gli stessi e, in passato, prodotti redditizi. (Tauber 2022, pagina 21)

Inoltre, si sono concentrati sul lato della domanda (i consumatori), e le loro conclusioni sono state in linea con i risultati di cui sopra: sulla base di sette aspetti, ovvero dati demografici, cambiamento di destinazione osservato per il 2019 rispetto al 2020, effetti della pandemia sui viaggi, criteri quando si seleziona una destinazione diversa, la potenziale influenza di un viaggio di vacanza del 2020 sui viaggi futuri, i fattori di spinta del viaggio e i valori sociali, non siamo riusciti a trovare alcun segnale evidente di un possibile impatto della pandemia verso viaggi più sostenibili e quindi nessun aumento della domanda di servizi sostenibili. Opzioni in futuro. (Tauber, pagina 20)

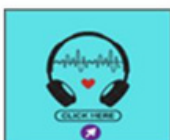
Per quanto riguarda l'analisi condotta sulla ricerca e... Post covid 19 è tuttavia fondamentale sottolineare che, essendo attualmente appena alle porte della pandemia, non si può ancora dire nulla di conclusivo. La maggior parte delle ricerche presentate in questa sezione sono "fresche di stampa", resta da vedere se la pandemia continuerà a perseguitare il settore dell'ospitalità negli anni a venire, imponendo così modelli di business più sostenibili. Vale la pena considerare anche il cosiddetto "effetto ketchup". Ciò implica che, non potendo viaggiare per due anni durante la pandemia, ora siamo più desiderosi di viaggiare e questo fenomeno svanirà gradualmente. Allo stesso modo dobbiamo ancora vedere tutte le conseguenze della crisi finanziaria seguita alla guerra in Ucraina, quindi per ora nulla è scolpito nella pietra.

36.8. La situazione futura della sostenibilità nel settore dell'ospitalità

La situazione futura della sostenibilità nel settore dell'ospitalità

Indipendentemente dalla pandemia di Covid19 e da altri sviluppi in tutto il mondo, l'attenzione alla sostenibilità rimarrà un elemento cruciale per le aziende del settore dell'ospitalità. Ora e in futuro. Di seguito abbiamo delineato alcune delle principali sfide che l'industria dovrà affrontare in futuro e alcune delle tecnologie che potrebbero essere la chiave per avere successo verso un'industria più verde. Le sfide sono:

- Covid-19 e pratiche di digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile
- Innovazioni e pratiche di digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile
- Labor Gap e pratiche di digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile



36.9. Covid-19, Innovazioni e pratiche di digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile

Come delineato in precedenza in questo capitolo, molti si aspettavano che il Covid19 sarebbe stato il grande acceleratore per rinnovati sforzi di sostenibilità nel settore dell'ospitalità.

I viaggiatori scoprirebbero le meraviglie del proprio Paese e la permanenza sarebbe la nuova tendenza che impedirebbe ai turisti di viaggiare in tutto il mondo con il conseguente aumento delle emissioni di CO₂. I risultati dopo la pandemia sono però – almeno nella prospettiva di riduzione delle emissioni di CO₂ –

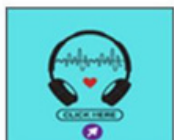
che il Covid19 non è stato il grande punto di svolta per il settore dell'ospitalità come ci si aspettava. Vogliamo ancora viaggiare all'estero durante le nostre vacanze e il modello di business della maggior parte delle aziende del settore dell'ospitalità non è destinato a cambiare sostanzialmente nel prossimo futuro. La pandemia ha tuttavia consentito di testare tecnologie innovative che potrebbero eventualmente portare a pratiche più sostenibili nel settore dell'ospitalità. Come affermato in precedenza nella parte 1.1 di questo capitolo, il Covid19 ha dato vita all'adattamento di diverse pratiche nuove e effettivamente sostenibili, come le tecnologie VR e l'intelligenza artificiale che consentirebbero viaggi a lunga distanza senza lasciare un'impronta di CO₂ nella scia. Queste tecnologie specifiche saranno descritte ulteriormente nella parte 2 di questo capitolo.

Nel complesso, tuttavia, il Covid19 ha costretto il settore dell'ospitalità a diventare più digitale rispetto a prima e molti degli strumenti utilizzati potrebbero potenzialmente avere un impatto sostenibile. Nel documento peer-reviewed più recentemente pubblicato sulle innovazioni sostenibili Post Covid19 Elkhwesky et.al (Elkhwesky, 2022) concludono che:

Questa revisione dimostra che dall'inizio del COVID-19, l'ospitalità e il turismo hanno fortemente mobilitato le tecnologie di rete (in particolare social media e piattaforme digitali) e tecnologie di elaborazione dei dati (in particolare Intelligenza Artificiale (AI) e Machine Learning (ML)) rispetto a tecnologie di interfaccia fisico-digitale (in particolare la realtà virtuale (VR)), mentre le tecnologie di processo fisico-digitale rimangono molto limitate in questi settori. Diversi antecedenti rilevanti dell'adozione dell'innovazione sostenibile, più specificamente delle tecnologie digitali, sono stati identificati ai più livelli di analisi, compresi quelli organizzativi, gestionali e delle parti interessate. (Elkhwesky, 2022)

Nel corso della loro ricerca approfondiscono ulteriormente alcune pratiche e raccomandazioni che le aziende del settore alberghiero devono integrare nelle loro operazioni commerciali quotidiane per diventare più innovative in modo sostenibile dopo il Covid19.

Li abbiamo raccolti nel modello sottostante con alcuni suggerimenti su come applicarli (modello da sviluppare)



1) Impegno: le aziende del settore alberghiero devono dimostrare un impegno formale nei confronti dei principi edelle politiche di sviluppo sostenibile.

Nello specifico alivello strategico.

- Slogan aziendali "Siamo l'hotel più sostenibile del settore" devono essere seguite azioni specifiche nelle loro operazioni strategiche.
- Deve avvenire l'introduzione di pratiche sostenibili specifiche in tutte le società di ospitalità – riduzione del consumo di CO2 negli hotel, introduzione di elementi di turismo rigenerativo nelle destinazioni, ecc.

2) Accelerazione dell'utilizzo delle capacità digitali

- In primo luogo, mediante l'uso su larga scala di tecnologie accessibili epoco costose come ALCUNI eapp ecc.
- Quindi, investendo in tecnologie più sofisticate come AI, VR, Robotica ecc.
- Il primo suggerimento è di facile attuazione in quanto praticamente privo di costi, mentre il secondo comporterà investimenti da parte delle aziende.

3) Innovazione: la futura competitività delle aziende nel settore dell'ospitalità dipende da una massiccia attenzione alle attività innovative

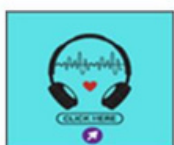
- Questo è, secondo gli autori, particolarmente importante quando si tratta di prodotto, marketing, organizzazione e modello di business dell'azienda.
- In secondo luogo, le procedure ele pratiche innovative devono diventare parte integrante del sistema DNA delle organizzazioni per avere successo

4) Leadership: i manager delle aziende del settore alberghiero devono adottare uno stile di leadership trasformazionale.

- Cioè èfondamentale per promuovere la cultura innovativa tra i dipendenti che consenta lo sviluppo e la crescita dell'integrazione di principi epratiche innovative esostenibili.
- Come accennato in precedenza, l'impegno è stato uno dei prerequisiti per uno sviluppo sostenibile innovativo nelle operazioni strategiche eaffinché ciò abbia successo èessenziale la "giusta" cultura gestionale.

5) Governi: affinché le aziende del settore alberghiero possano aumentare la propria capacità di focalizzarsi in modo più sostenibile e innovativo dopo il Covid19, è fondamentale ricevere aiuto finanziario da governi eresponsabili politici.

- In primo luogo, ciò deve avvenire attraverso investimenti diretti nelle aziende del settore alberghiero affinché possano sviluppare le possibilità di implementazione di tecnologie digitali innovative.



- In secondo luogo, ciò deve avvenire attraverso i continui investimenti da parte dei governi nel miglioramento delle infrastrutture per la digitalizzazione al fine di soddisfare le esigenze della suddetta quarta rivoluzione industriale.

6) Istituzioni educative: infine, è necessaria una maggiore attenzione da parte delle istituzioni educative sulle pratiche e sulle competenze innovative di digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile.

- Le istituzioni educative devono concentrarsi in misura molto maggiore sull'integrazione dell'ospitalità digitale sostenibile nei loro corsi, con un focus specifico sull'innovazione pratiche.

• Ciò dovrebbe essere fatto in stretta collaborazione con il settore dell'ospitalità
Figura 1: Creazione degli autori basata su (Elkhwesky, Z 2022)

Il modello sopra elenca 6 sfide specifiche che attendono il settore dell'ospitalità nel suo complesso al fine di lavorare con le innovazioni e le pratiche di digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile post Covid19. Alcuni sono più facili da elaborare rispetto ad altri, ma nel complesso rappresentano una sfida significativa per il settore dell'ospitalità. Alcune di queste sfide sono direttamente collegate al prossimo argomento riguardante la carenza di manodopera, che sarà trattato nel sottocapitolo 1.2.3.2.

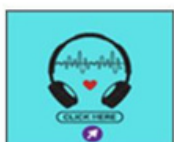
36.10. Labor Gap e pratiche di digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile

Infine, affronteremo il divario di manodopera in termini di pratiche di digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile, che attualmente rappresenta una grande sfida per diverse aziende del settore dell'ospitalità. Secondo EHL Insights (EHL, 2022) la ragione principale della carenza di manodopera nel settore dell'ospitalità è causata da tre fattori che hanno acquisito importanza sulla scia del Covid19: diversi fattori convergono per creare una carenza di manodopera nel settore dell'ospitalità. Il primo riguarda i salari, in cui i dipendenti che ricoprono ruoli tradizionalmente pagati poco o con salari ridotti, come nel settore della ristorazione, tendono a lasciare il lavoro a tariffe più elevate rispetto ai dipendenti di altri settori, perché i salari sono bassi.

Un altro è la tecnologia: ci si aspetta che i dipendenti degli hotel utilizzino sempre più la tecnologia e alcuni lavoratori (compresi i lavoratori più anziani e quelli che hanno meno familiarità con la tecnologia a causa di barriere di reddito) vengono espulsi.

Anche i fattori generazionali contribuiscono, poiché i dipendenti più anziani che hanno decenni di esperienza nelle competenze nel settore dell'ospitalità si avvicinano all'età pensionabile.

Alcuni hotel si rivolgono alla tecnologia per colmare il divario. I team culinari degli hotel sono stati particolarmente colpiti dalla carenza di manodopera qualificata, quindi molti si stanno rivolgendo a tecnologie di cottura che aumentano l'efficienza, come menu pre-porzionati esigillati sottovuoto



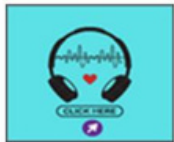
elementi. Altri stanno riducendo la complessità o caricando i membri del team già esistenti con compiti aggiuntivi, ad esempio incaricando un cuoco di preparare il pane invece di assumere un panettiere. (EHL, 2022)

Questi risultati sono sottolineati dalla recente ricerca di Carlisle, Sel. Al (Carlisle, S, 2021) sulle competenze future richieste nel settore del turismo. Nel loro progetto di ricerca hanno condotto 264 interviste e inoltre hanno avuto 1.404 intervistati in un sondaggio con dirigenti e dirigenti provenienti da 8 diversi paesi europei. Loro

la conclusione generale è stata questa

Le più importanti competenze digitali future segnalate dagli intervistati includono competenze di marketing e comunicazione online, competenze sui social media, competenze di MS Office, competenze di utilizzo dei sistemi operativi e competenze per monitorare le recensioni online. I maggiori divari tra sono stati identificati ai livelli di abilità attuali e futuri per le abilità di intelligenza artificiale e robotica e Competenze AR e VR, ma queste competenze, insieme alle capacità di programmazione informatica, sono state considerate anche come le competenze digitali meno importanti per i dipendenti del turismo e dell'ospitalità in futuro. (Carlisle, S, 2021)

In conclusione sulla carenza di lavoro: è necessario concentrarsi maggiormente sul ruolo manageriale nell'affrontare le sfide, e questa a sua volta porta a una maggiore attenzione agli aspetti culturali dell'organizzazione dell'ospitalità, come è stato uno dei punti chiave del sottocapitolo 1.2. 3.1.



37. Ambiente professionale internazionale dell'ospitalità contemporanea: revisione del know-how attuale, approfondimenti sulle tecnologie utilizzate per la digitalizzazione dell'ospitalità, opportunità attuali e future e pratiche internazionali

Nel capitolo seguente forniremo approfondimenti specifici sulle tecnologie utilizzate per la digitalizzazione dell'ospitalità, comprese le opportunità attuali e future e le pratiche internazionali utilizzate dalle organizzazioni educative ed il settore dell'ospitalità.

Mentre la parte 1 di questo capitolo ha cercato di descrivere le tendenze e gli sviluppi generali, questo capitolo introdurrà alcune delle tecnologie attuali e non così lontane dal settore dell'ospitalità.

37.1. Gli strumenti, i dispositivi e il software specifici

Gli strumenti, i dispositivi e il software specifici

37.1.1. Gli attrezzi

Il mondo dell'ospitalità sta diventando sempre più moderno. L'uso di diversi strumenti aiuta a rendere le cose più facili. Alcuni degli strumenti utilizzati nell'ospitalità sono (Renovales, 2022):

A. App per il pagamento

Molti bar e ristoranti utilizzano applicazioni mobili per ordinare e pagare i tuoi prodotti. I clienti possono vedere il menu sul cellulare, selezionare l'ordine, vedere il prezzo del loro acquisto e ricevere il conto sul telefono. Questo è un modo di flessibilità e di risparmio di tempo per clienti e camerieri. Un esempio di queste app è BR Bars e Ristoranti.

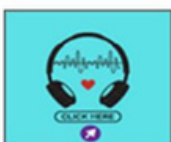
B. Un punto vendita

Hiopos è uno strumento che funge da punto vendita per gli hotel, semplifica la gestione di un'attività. Esistono diverse versioni a seconda del tipo di attività (bar, ristoranti, ecc.). Fornisce un'analisi aziendale e informazioni aziendali in tempo reale.

Camarero10 è un'app che gestisce tavoli e pagamenti, invia subito l'ordine in cucina.

C. Controlla il ristorante dal tuo telefono

Miss Tipsi è stata creata per i ristoranti. Permette il controllo del ristorante: le ordinazioni, l'apertura e chiusura delle casse, i tavoli, le prenotazioni,



giacenze, pagamenti in tutte le modalità (divisione del pagamento, creazione di fatture, personalizzazione delle ricevute..)

Numier è uno strumento gestionale che ti permette di sapere in tempo reale tutto sulla tua attività (disponibilità di magazzino, fornitori, operatori, agenzie...)

Hosteltactil ti permette di essere informato su tutto ciò che accade, ti permette di gestire l'attività in qualsiasi momento e da qualsiasi luogo. Ha vinto un premio per la sua innovazione. Suddivide le informazioni in 8 tabelloni: vendite, casse, zona pranzo, controllo incidenti, risorse umane, prodotti, storia ereport.

Hiboutik offre una versione per ristoranti che offre un modo più semplice di gestire il catering. Le ordinazioni vengono prese al telefono inviate in cucina, le ricevute vengono stampate e registrate. Dà anche la possibilità di aiutare la cucina a gestire il ordini.

D. Registratore di cassa

Tiller consente di accettare pagamenti, gestire e analizzare il business. Rende più rapida la presa degli ordini, permette di consultare i dati, di controllare lo stock, di monitorare le vendite e di controllare il personale.

E. Soluzioni di firma digitale

Il processo di firma digitale migliora il processo di check-in e servizi come il noleggio auto. I clienti possono consolidarsi scrivendo a mano su qualsiasi telefono o dispositivo. La gestione delle fatture può avvalersi anche della firma digitale.

Questo strumento viene utilizzato anche dalle risorse umane degli hotel. Contratti e buste paga possono essere firmati digitalmente.

L'utilizzo della firma digitale rende un hotel sostenibile, riduce la stampa cartacea di diversi documenti e incentiva pratiche eco-compatibili

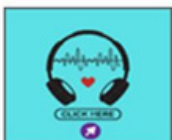
F. Tecnologia senza contatto

Gli hotel intelligenti sono molto comuni al giorno d'oggi. Riducono l'interazione faccia a faccia, i clienti possono effettuare il check-in da soli senza l'aiuto di un addetto alla reception. Ciò è possibile se effettuano il check-in dal proprio telefono e ottengono una chiave digitale. Intelity è una piattaforma che aiuta a ottenere queste caratteristiche. Oltre al check-in, questa piattaforma ha la possibilità di prenotare servizi, come un massaggio o un pranzo.

Bowo e Hoteza sono altre piattaforme simili. Danno la possibilità di accedere ai diversi dispositivi presenti nella stanza, come la TV, dal telefono (Wadhva, 2022).

G. Supporto per l'accessibilità

È importante dare le stesse opportunità alle persone con esigenze di accessibilità. Mobility Mojo è uno strumento che aiuta gli hotel ad aggiungere l'accessibilità degli hotel al proprio sito web.



H.Applicazioni ecologiche

Alcuni hotel hanno creato proprie applicazioni che includono tour apiedi per gli ospiti che promuovono il turismo sostenibile.

37.1.2. Il Software e i dispositivi

In Hospitality puoi trovare molti software focalizzati sulla riduzione delle attività amministrative e sul taglio dei costi.

I principali vantaggi di questi software potrebbero essere i seguenti (Revfine, 2022):

- Riduci i costi automatizzando le attività.
- Aumenta le entrate automatizzando il marketing e la gestione delle entrate.
- Migliorare l'efficienza del personale.
- Migliorare la produttività del personale.
- Razionalizzare i conti.
- Sostituisci le pratiche burocratiche e aiuta l'ambiente.
- Comunicare in modo più efficace con i clienti.
- Mantieni sempre aggiornata la dashboard delle tue prenotazioni.

Dopo revfine (2022), alcuni dei software per hotel più utili sono:

37.1.3.Sistema di gestione della proprietà (PMS)

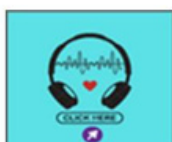
PMS è un sistema focalizzato sulle attività amministrative e di prenotazione. Il sistema di gestione delle proprietà è stato sviluppato in una piattaforma che aiuta gli hotel a ottenere maggiore visibilità e consente loro di raggiungere il pubblico per aumentare le prenotazioni.

PMS è un sistema focalizzato sulle attività amministrative e di prenotazione. Il sistema di gestione delle proprietà è stato sviluppato in una piattaforma che aiuta gli hotel a ottenere maggiore visibilità e consente loro di raggiungere il pubblico per aumentare le prenotazioni.

Attraverso questo software, il personale dell'hotel può elaborare la riscossione dei pagamenti elettronici e gestire l'inventario delle camere per un'allocazione accurata. Inoltre, PMS impedisce l'overbooking, la duplicazione delle prenotazioni o l'invio successivo di e-mail di conferma prenotazioni.

37.1.4. Sistema di gestione delle entrate (RMS)

Lo scopo del software RMS è migliorare le strategie di prezzo per vendere più camere a tariffe ottimali. RMS lavora per aiutare gli hotel a creare i prezzi per le loro camere in base ad algoritmi. Presenta alcuni vantaggi per gli hotel, tra cui prezzi strategici e ricavi più elevati, ma ci sono molti altri vantaggi di cui gli hotel possono usufruire. Innanzitutto, RMS riduce i costi poiché tiene conto delle tariffe delle camere



durante la bassa e l'alta stagione. Di conseguenza, il direttore dell'hotel può pianificare e ridurre i costi evitando spese inutili.

37.1.5. Responsabile canale distributivo

I channel manager sono utili per tutti i tipi di hotel. La funzione di un channel manager è quella di collegare l'inventario dell'hotel con più canali online o agenzie di viaggio. Questo software ti consente di gestire i prezzi e la disponibilità del tuo hotel su tutti i canali di marketing che utilizzi online. Un channel manager è importante anche per evitare l'overbooking e prevenire altri errori costosi, poiché ha la capacità di segnalare le fonti di prenotazione. Il proprietario dell'hotel può quindi determinare quali canali o portali online sono più adatti al proprio mercato di nicchia. Con tattiche e sistemi così sofisticati, i viaggiatori possono trovare rapidamente la sistemazione di cui hanno bisogno.

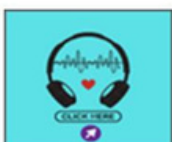
37.1.6. Valuta il software per gli acquirenti

Attraverso questo software potrai accedere in tempo reale a informazioni e dati sui tuoi concorrenti, compresi i loro prezzi e promozioni. I vantaggi dell'utilizzo sono che ha una grafica semplice ed è facile da usare, il che aiuta il personale a ottimizzare le tariffe delle camere. Oltre a rivelare informazioni utili su altri hotel, questo software ti consentirà anche di monitorare il tuo posizionamento monitorando gli eventi nella tua zona e ottenendo statistiche sui prezzi medi praticati dagli hotel nella tua zona. Il vantaggio principale dell'utilizzo di questo software è in definitiva quello di acquisire informazioni dettagliate sul settore alberghiero locale per stare al passo con la concorrenza.

37.1.6. Software di gestione della reputazione e delle recensioni

Il software di gestione della reputazione e delle recensioni è progettato per tenere traccia del feedback degli utenti online su servizi e prodotti. Si tratta di un sistema che aiuta a diffondere le recensioni positive e negative del cliente attraverso le relative piattaforme online. Potrebbe anche essere una buona cosa per i proprietari di hotel poiché in questo modo potranno aumentare le loro vendite e apportare miglioramenti in base alle opinioni dei clienti. È anche uno strumento utile che aiuta i proprietari di hotel a monitorare i post sui social media relativi ai loro servizi.

Questo software ti consente di monitorare ciò che i tuoi ospiti dicono del tuo hotel inviandoti avvisi, in modo che l'hotel possa rispondere e risolvere immediatamente i problemi.



31.1.7. Software POS per tutte le attività ricettive

Il software POS è una rete computerizzata composta da componenti software e hardware che elaborano e registrano le transazioni di pagamento tra un'azienda e i suoi clienti.

I sistemi POS sono ampiamente utilizzati nei ristoranti e negli hotel. Permette di raccogliere gli ordini e gli acquisti degli ospiti presso diversi punti vendita e di addebitarli direttamente in camera o al tavolo. È una soluzione agile e intuitiva e uno strumento essenziale che aiuta a consolidare e ottimizzare aree della gestione aziendale come le vendite attraverso più canali, la gestione dell'inventario, la gestione dei clienti e il marketing. Inoltre, funge da fonte cruciale di informazioni che possono essere utilizzate per ulteriori analisi e processi decisionali.

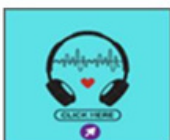
I sistemi POS consentono agli hotel di ottimizzare le loro operazioni quotidiane con l'aiuto di seguenti caratteristiche:

- **Processo di pagamento.** I clienti possono pagare con diversi metodi di pagamento, ad esempio contanti, carte di debito/credito, assegni, ecc. I sistemi POS accettano, verificano ed elaborano tali transazioni.
- **Gestione delle scorte.** Il software POS può monitorare i livelli delle scorte e inviarti avvisi personalizzati quando la quantità scende al di sotto di un importo prestabilito.
- **Gestione del cliente.** Raccogliere informazioni sui tuoi ospiti e sulla cronologia delle loro transazioni nel tuo hotel può aiutarti a costruire relazioni più forti con i clienti, personalizzare l'esperienza degli ospiti e influenzare il tuo marketing campagne.

37.1.8. Il mio maggiordomo verde

My Green Butler è il software mondiale focalizzato sui sistemi di gestione dell'ospitalità sostenibile. È dimostrato che consente di risparmiare +30% di energia, 21% di acqua e rifiuti alimentari, riducendo le corrispondenti emissioni di carbonio e i costi (The Sunx Program, 2020). My Green Butler funziona monitorando un eco-nesso di risorse, controlla elettricità, gas, biomassa, energia solare, acqua, lavanderia e rifiuti e ti mostra dove e perché si verificano gli sprechi.

I manager e il personale ricevono una comunicazione persuasiva che li guida ad adottare misure adattive per risparmiare risorse. Un utile eco-feedback stimola comportamenti collaborativi sincronizzati. Analisi potenti identificano i risparmi per creare un miglioramento continuo.



37.1.9. Sistemi rivolti agli ospiti



Sistemi rivolti agli ospiti

Nell'ambito della digitalizzazione sostenibile dell'ospitalità, i sistemi rivolti agli ospiti svolgono un ruolo importante. I sistemi rivolti agli ospiti sono alcune delle principali interfacce che consentono l'interazione tra i fornitori di servizi di ospitalità e gli ospiti. Questi sistemi rivolti agli ospiti devono essere interfacce semplici e intuitive per consentire agli ospiti di gestire la loro intera esperienza in modo semplice e efficace. I sistemi rivolti agli ospiti sono integrati in tutte e tre le fasi dell'esperienza del cliente, prevendita, punto vendita e postvendita, in modo da poter offrire un'esperienza ospite digitale completa.

I sistemi rivolti al cliente aiutano a migliorare l'esperienza dell'utente in diversi modi, ad esempio consentendogli di controllare il proprio ambiente e garantendo così la sua soddisfazione (ingresso automatico o senza chiavi, controllo delle funzioni in camera, servizio in camera con tablet, ecc.). Un altro modo in cui migliorano la soddisfazione del cliente è migliorando i servizi basati sulla posizione (in sede e fuori sede). E aiutano anche a facilitare la partecipazione dei clienti ai programmi fedeltà.

I sistemi più comuni rivolti agli ospiti sono:

- **Terminale thin client:** un thin client è un computer caratterizzato come un computer leggero senza disco rigido. Anche i thin client sono gestiti centralmente, il che significa che la maggior parte della memoria, delle applicazioni e dei dati sono archiviati su un server, questo server può essere un server cloud o un server periferico in loco (hotel, ristorante o qualsiasi altra struttura legata all'ospitalità). Un thin client differisce da un fat client in quanto un fat client è un computer completo di funzionalità, mentre un thin client si affida a un server per gestire la maggior parte dei carichi di lavoro. In generale e nel settore dell'ospitalità i thin client consentono un ambiente aziendale virtuale, costi ridotti, caratteristiche di sicurezza e scalabilità migliorate, che aiutano a migliorare la digitalizzazione sostenibile.

I principali vantaggi sono:

- Avere thin client significa meno amministrazione, manutenzione e supporto sforzo.
- Avere thin client implica un filtraggio delle informazioni e dei virus più difficile propagazione.
- Avere thin client significa minori costi di manutenzione, poiché ce ne sono di meno hardware.

- **Avere thin client** significa un minore consumo di elettricità a causa della minore potenza, contribuendo così al risparmio energetico.
- **Avere thin client** significa aumentare la durata delle apparecchiature; un computer pesante ha una vita media di 3 anni mentre quelli leggeri ne hanno una vita media di 10 anni.
- **Avere thin client** significa che i dati possono essere consultati dagli utenti ad un livello più elevato velocità perché le informazioni non vengono scaricate ma consultate sul server.
- **Chiosco**: i chioschi sono touch screen installati in un'attività di ospitalità che consentono ai clienti di scegliere i prodotti che desiderano acquistare e crearne di propri acquistare. I chioschi sono diventati un elemento comune nei ristoranti, nei negozi e negli hotel, tra le altre attività di ospitalità a causa della pandemia, e la carenza di manodopera che ne è derivata ha spinto sia i datori di lavoro che i clienti a preferire i chioschi a causa dei grandi vantaggi che offrono (NEC Oggi, 2021):

Riduzione delle code: tutti i pagamenti con carta possono essere effettuati direttamente tramite un chiosco self-service, lasciando alla cassa solo i pagamenti in contanti. Ciò riduce significativamente le code e consente inoltre alla maggior parte del personale aziendale di preparare gli ordini in modo che tutto funzioni in modo più efficiente.

• **Opportunità di vendita**: i chioschi offrono la personalizzazione degli ordini che consente ai clienti per aggiungere prodotti o scegliere altre opzioni, sconti, ecc.

- **Spesa per ordini più elevata**: secondo una recente ricerca, i chioschi generano di più ricavi per gli imprenditori, poiché il valore dell'ordine è generalmente più elevato.

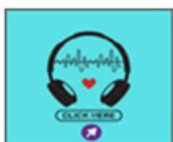
Dati chiave: i chioschi self-service possono acquisire dati chiave sulla spesa dei clienti abitudini e indirizzarle con messaggi nei momenti ottimali. Questi dati forniscono un feedback immediato sull'esperienza e sulla soddisfazione del cliente.

• **Controllo remoto**: una delle tecnologie più innovative implementate nelle attività ricettive come gli hotel sono i sistemi di controllo remoto vocale. Funziona attraverso una combinazione di intelligenza artificiale che consente ai dispositivi di riconoscere modelli vocali, mentre la connettività Internet consente ai dispositivi di trasmettere informazioni rilevanti per rispondere alle domande. I vantaggi di questa tecnologia sono:

Iperpersonalizzazione: implementando hub intelligenti a controllo vocale in

camere d'albergo, gli ospiti possono regolare più facilmente le varie caratteristiche della camera, tra cui riscaldamento, aria condizionata, illuminazione e altre funzionalità.

• **Fornitura di informazioni**: le informazioni sui viaggi e sul turismo possono essere ottenute in tempo reale ponendo una domanda al dispositivo (senza la necessità che l'ospite lasci la propria camera) che garantisce che siano aggiornate e possano essere basate sulla posizione, garantendo che le indicazioni stradali, i tempi di viaggio e altre informazioni sono ancora più accurati della conoscenza umana.



- Servizio clienti: il controllo vocale può essere utilizzato anche per scopi di servizio clienti più generali, come programmare una chiamata di servizio, effettuare un ordine per il servizio in camera o richiedere più asciugamani, semplicemente parlando con il tuo smart hub, senza code o ritardi e senza necessità di scendere alla reception (Revfine, 2022). Gli hub intelligenti a controllo vocale possono anche essere sincronizzati con altri servizi alberghieri, rendendone l'accesso più semplice e veloce.

- Tablet in camera: l'integrazione dei tablet in camera negli hotel può fornire un'esperienza migliore agli ospiti che stimola il coinvolgimento grazie ai molteplici vantaggi che offre (Campbell, 2022; Hibox, wd):

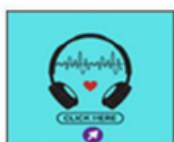
- Potente strumento di upselling: oltre a fornire informazioni chiave sull'hotel, la funzionalità più redditizia per l'azienda è la possibilità per l'ospite di ordinare il servizio in camera direttamente dal tablet, senza nemmeno dover utilizzare il telefono della camera.

- Comunicazione più fluida: se l'hotel ha una vasta base di domanda internazionale, le difficoltà generate dalla traduzione in diverse lingue scompaiono con un tablet. Il cliente può selezionare la propria lingua madre e consultare tutte le informazioni in essa disponibili, oltre a poter avanzare richieste nella propria lingua, che a loro volta vengono inviate tradotte al personale dell'hotel incaricato di accoglierle.

- Analisi in tempo reale: il personale dell'hotel può vedere cosa sta facendo il cliente, quali pagine sta visitando e inviare loro automaticamente messaggi specificamente mirati alla sua esperienza online e all'upselling attraverso l'applicazione. Se, ad esempio, il personale dell'hotel vede che il cliente consulta continuamente l'offerta di massaggi della spa ma non lo prenota, il personale dell'hotel può incoraggiarlo a farlo inviandogli una promozione per quel servizio.

- Cellulare: i dispositivi mobili hanno smesso di essere solo un mezzo di comunicazione verbale scritta, diventando uno strumento essenziale nella nostra vita quotidiana e soprattutto nel settore dell'ospitalità dove svolge un ruolo molto importante per i molteplici servizi che offre principalmente per migliorare il cliente esperienza durante il viaggio, ad esempio. Tra questi servizi possiamo evidenziare:

- Organizzazione di un viaggio.
- Confronto tra diverse destinazioni.
- Informazioni e consigli sugli alloggi.
- Prenotazione d'albergo.
- Consultazione meteorologica.
- Posizione sulla mappa.
- Ricerca di ristoranti e acquisto di qualsiasi prodotto.
- Pubblicazione di esperienze nei social network.



Oltre ad inventare la guida turistica del cliente, è comodo da indossare, per questo è importante che le aziende ricettive adattino la propria comunicazione e i propri servizi a questi dispositivi.

- **Terminale punto vendita:** i sistemi Point-Of-Sale (POS) sono considerati una tecnologia multiuso nel settore dell'ospitalità poiché non mira solo all'elaborazione delle vendite e dei pagamenti, ma anche al monitoraggio delle prestazioni e alla creazione di report, tra gli altri (Revfine, 2022). Questi sistemi sono diventati molto popolari negli ultimi anni perché garantiscono velocità, efficienza e soddisfazione. Tra i principali vantaggi del POS troviamo:

- **Velocizza i processi di vendita e post-vendita.** Ha in un unico spazio tutto il necessario per la gestione, non c'è bisogno di ricorrere a vari programmi o dispositivi o, ovviamente, di fare le cose a mano.

- **Offre la possibilità di mantenere un controllo più esaustivo delle vendite e di una migliore gestione.** A seconda del software, i dipendenti dell'azienda potranno vedere, ad esempio, le statistiche delle vendite.

37.1.10. Sensori IoT in camera

Sensori IoT in camera

L'IoT svolge un ruolo importante nell'aumento dell'efficienza e nel miglioramento dei servizi ai clienti nel settore dell'ospitalità. L'implementazione di soluzioni IoT nel settore dell'ospitalità consente ai proprietari di utilizzare avvisi e trigger basati sui dati. Inoltre, l'IoT consente alla reception, al concierge e al personale di soddisfare comodamente le esigenze dei clienti. Il settore dell'ospitalità presenta molte opportunità per utilizzare soluzioni di automazione per migliorare

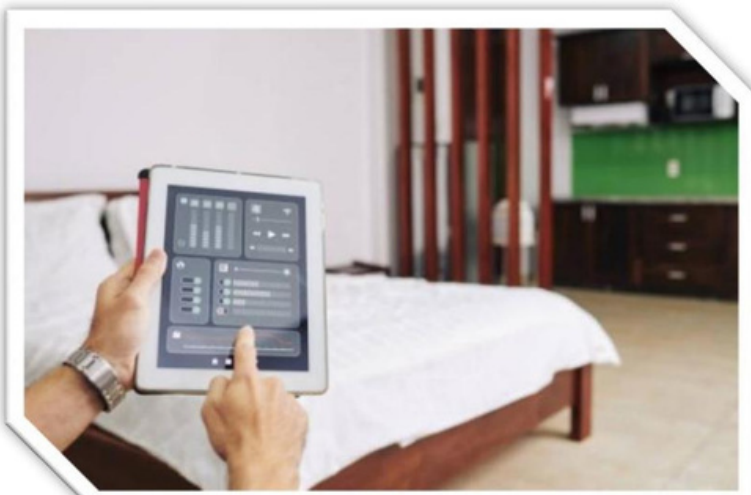
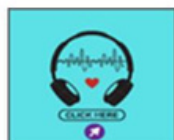


Figura 38, Fonte: pexels-miguel-á-padriñán-3936421

camere d'albergo intelligenti. Ospiti godere di maggiore comodità e comfort, mentre i proprietari e gli operatori alberghieri beneficiano di maggiore efficienza, risparmio sui costi e soddisfazione degli ospiti (Stai in contatto, 2021).

L'IoT è una soluzione intelligente che elimina il tradizionale

processo di check-in e apre nuove possibilità



termini di rendere l'intero processo senza soluzione di continuità. Con l'IoT, hotel e appartamenti possono inviare automaticamente una chiave digitale elettronica al cellulare di un ospite un'ora prima dell'orario di check-in.

Attraverso questo metodo, gli ospiti possono comunicare con la porta, sbloccandola ed eliminando la necessità di una chiave separata. Al primo utilizzo della key card, l'ospite effettua automaticamente il check-in senza doversi mai fermare alla reception

Alcuni dei vantaggi derivanti dall'implementazione dei sensori IoT negli hotel sono (Operto, 2022):

- Migliore esperienza per gli ospiti: utilizzando questo tipo di tecnologia, l'ospite può sperimentare il controllo sul proprio soggiorno, dai servizi in camera alla comunicazione con il personale.

Efficienza operativa: le soluzioni IoT aiutano la direzione e il personale a mantenere la visibilità sull'utilizzo delle sale; connettere prenotazioni, programmazione del personale e sicurezza attraverso il proprio PMS; migliorare la comunicazione interna.

- Riduzione dei costi del personale: attraverso questi processi automatizzati, ci sarà a minore fabbisogno di personale e riduzione dei tassi di turnover e dei costi di formazione.

Maggiore sicurezza e protezione con le camere intelligenti: gli ospiti possono utilizzare un'app sicura sul proprio telefono per aprire la porta della propria camera d'albergo invece di utilizzare una chiave che potrebbe essere persa o rubata.

L'IoT più diffuso nell'Hospitality seguendo i trend di Rinf.tech (2022)

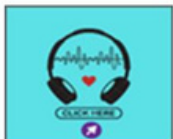
È:

Check-in automatizzato: molti hotel intelligenti si stanno muovendo per automatizzare il processo di check-in degli ospiti. Queste postazioni self-service consentono agli ospiti di evitare le file alla reception ed ricevere facilmente le chiavi della camera (o i codici della camera).



Figura 39, Fonte: pexels

Monitoraggio delle risorse: in uno smart hotel IoT dotato di tecnologia di monitoraggio delle risorse, il personale dei servizi per gli ospiti ha la capacità di monitorare attrezzature come portabagagli e carrelli per la pulizia. Il monitoraggio in tempo reale può far funzionare gli hotel intelligenti in modo efficiente



Personalizzazioni smart delle stanze: con idispositivi IoT connessi e installati in a

le camere dell'hotel potrebbero essere più confortevoli e convenienti per gli ospiti. Alcune delle personalizzazioni possono includere:

-

Temperatura della stanza: termostati intelligenti consentono agli ospiti di riordinare la propria stanza comodo

illuminazione: una varietà di opzioni per attenuare, cambiare colore, luci, ecc.

-

Temperatura dell'acqua: questo sensore aiuta a controllare e mantenere la temperatura dell'acqua per gli ospiti.

Smart TV: oggi sono più utilizzate nella maggior parte delle case, quindi deve essere essenziale in un hotel intelligente

-

Tende epersiane: le tende motorizzate consentono agli ospiti di stare più comodo

-

Menu del cibo: può essere disponibile sulla smart tv osull'app del telefono per consegna automatica del cibo.

Serratura intelligente esicurezza: le camere d'albergo dotate di serrature intelligenti consentono agli ospiti di utilizzare un'app del telefono come chiave della camera, sostituendo la necessità di una chiave della camera tradizionale odi una chiave magnetica. L'IoT nel settore dell'ospitalità consente soggiorni in hotel più sicuri e maggiore tranquillità per gli ospiti.

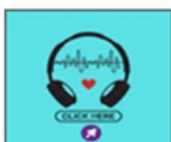
Sale eventi migliorate: l'illuminazione personalizzabile può essere regolata per ospitare qualsiasi tipo di evento e altri elementi, come il controllo della temperatura ei trattamenti per le finestre, possono essere programmati e automatizzati in base alle esigenze degli organizzatori dell'evento

Per uno sviluppo eun'implementazione efficaci di soluzioni IoT personalizzate nel settore dell'ospitalità, sono essenziali le partnership tecnologiche con consulenti e software house specializzati in IoT.

Trovare un partner con un'infrastruttura solida, accesso atalenti di ingegneria software ehardware esperti in sviluppo integrato, middleware emicrocontrollori, sicurezza informatica, robotica escienza dei dati rappresenta un'altra grande sfida

Servizi di ospitalità, sensori dell'area corporea.

Il settore dell'ospitalità, che è stato fortemente colpito dalla diffusione della pandemia di Covid-19, si trova ad affrontare un momento difficile e impegnativo in cui è necessario fornire molto impegno, creatività e resilienza. La digitalizzazione del settore dell'ospitalità diventa quindi un obiettivo a breve termine, soprattutto per le opportunità di ripresa ed crescita economica che può offrire al settore dopo un periodo davvero difficile (Easygoband, 2022). In generale, isensori sono componenti hardware che rilevano i cambiamenti in un ambiente, raccolgono dati, comunicano eli condividono con i dispositivi collegati attraverso una rete. Tutti questi dati raccolti consentono ai dispositivi di funzionare in modo autonomo, rendendo così "più intelligente" l'intero ecosistema. Nello specifico, isensori dell'area corporea applicati al settore dell'ospitalità, sono fondamentali per supportare la transizione verso la digitalizzazione del settore dell'ospitalità in quanto possono fornire efficienza nella gestione dei servizi turistici, risparmiando tempo



e costi nonché conoscere più da vicino le esigenze dei clienti per meglio adattare i servizi alle loro esigenze. Al giorno d'oggi, le nuove tecnologie evidenziano l'importanza dei seguenti sensori di area corporea applicati al settore dell'ospitalità:

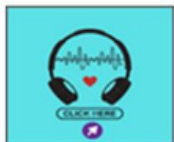
•**Sensori di temperatura:** questi tipi di sensori sono stati introdotti con livelli di frequenza più elevati nei luoghi negli edifici dell'ospitalità dall'inizio della pandemia di coronavirus, ma soprattutto da quando è stata consentita la riapertura delle attività ricettive dopo molteplici blocchi nel primo anno di pandemia.

Attraverso questi sensori, le persone vengono scansionate a intervalli regolari per monitorare la loro temperatura corporea e verificare se è elevata o meno in qualsiasi momento. In questo modo, ad esempio, se la temperatura corporea di una persona è superiore a quella prevista, viene inviato un avviso al monitor di controllo o al personale di sicurezza e viene avviato il protocollo corrispondente (Rechner Sensors, 2019)

•**Abbigliamento intelligente:** questi tipi di sensori sono stati recentemente introdotti nel settore dell'ospitalità. L'abbigliamento intelligente applicato al settore dell'ospitalità si riferisce a capi di abbigliamento realizzati con tessuti "intelligenti" con lo scopo principale di geolocalizzare questi articoli ed evitarne il furto. Ciò è reso possibile da un chip incorporato nel tessuto che comunica una serie di informazioni utili che aumentano l'efficienza, fanno risparmiare tempo e riducono i costi di gestione. Grazie a questo sensore presente su articoli come asciugamani o lenzuola di hotel, i lavoratori dell'hotel possono sapere in qualsiasi momento dove si trovano e anche se sono stati lavati e con quali prodotti (Preferente, 2018).

•**Scarpe intelligenti:** le scarpe intelligenti ti permettono di scoprire la città senza doverle consultare mappe di qualsiasi tipo. Sono costituiti da un dispositivo connesso tramite Bluetooth ad un'applicazione mobile che identifica tramite un GPS la destinazione selezionata (Butler, 2016). Il chip collegato all'applicazione mobile è inserito all'interno di entrambe le scarpe e avvisa l'utente tramite vibrazioni in modo da guidarlo verso la destinazione stabilita, che dovrà essere precedentemente impostata tramite l'applicazione mobile.

•**Orologi intelligenti:** negli ultimi anni l'integrazione degli orologi intelligenti negli hotel è diventata più frequente. Sono piuttosto utilizzati dal personale dell'hotel come un modo per assistere i lavoratori dell'hotel nel migliorare l'esperienza complessiva degli ospiti e fornire un migliore servizio al cliente, consentendo al personale dell'hotel di gestire le richieste degli ospiti e risolvere gli incidenti in modo più efficace ed efficiente (ad esempio, richiesta di più asciugamani o riparazione di un problema). Il lavandino rotto) senza necessariamente portare con sé un telefono o qualcosa di simile (Ting, 2018). In questo modo lo staff gestionale può vedere e tracciare tutti gli incarichi in tempo reale e assicurarsi che le richieste vengano soddisfatte con successo.



37.2. Gestione dell'energia

Gestione dell'energia

Gli hotel dell'UE sono in una posizione forte per accedere alle energie rinnovabili poiché oltre un terzo della capacità mondiale di energia rinnovabile si trova nell'Unione Europea. Gli hotel possono trarre vantaggio dall'uso di energie rinnovabili, ad esempio il riscaldamento dell'acqua, il riscaldamento, l'aria condizionata e l'aria condizionata (Kapiki, 2010). L'uso di energie rinnovabili può ridurre l'inquinamento atmosferico locale, mantenere la qualità della destinazione e migliorare l'esperienza degli ospiti.



Figura 40, Fonte: pexels-bruno-scramgnon-315658

L'efficienza energetica e le pratiche di conservazione possono migliorare la reputazione tra gli ospiti e le persone che sono preoccupate della riduzione del consumo energetico complessivo e degli effetti del cambiamento climatico.

I principali sistemi di consumo energetico negli hotel sono (Kapiki, 2010):

• Aria condizionata e ventilazione.

• Produzione di acqua calda.

• Illuminazione.

• Elettricità.

• Cucinando.

• Riscaldamento.

Nella maggior parte degli hotel la tecnologia viene utilizzata per aumentare il comfort delle camere e allo stesso tempo ridurre il consumo di energia.

Esistono diversi strumenti contemporanei che offrono agli albergatori di oggi soluzioni energetiche efficienti e una significativa riduzione dei costi. La maggior parte delle soluzioni promettono fino al 30% di risparmio sui costi energetici e un ritorno sull'investimento compreso tra il 20% e il 50%.

Alcuni degli strumenti sostenibili e facili da adottare sono (Kapiki, 2010):

- **Etichettatura ecologica:** è un metodo volontario di certificazione ed etichettatura sulle prestazioni ambientali e sull'etichettatura praticato in tutto il mondo. Attualmente esistono più di 100 programmi di marchio di qualità ecologica per l'ecoturismo, l'ospitalità e il turismo in tutto il mondo, sebbene la maggior parte dei marchi di qualità ecologica riguardino il settore ricettivo e si basino principalmente sulla conservazione dell'energia, dell'acqua e delle risorse e sulla gestione dei rifiuti.



gestione dei rifiuti. I marchi di qualità ecologica sono quindi sia uno strumento di marketing che di gestione ambientale perché riducono il consumo di risorse naturali come l'energia e l'acqua e aiutano a ridurre i costi di una proprietà.

Gestione energetica wireless: la rete wireless supporta più controlli per le principali apparecchiature che consumano energia negli hotel. Il sistema consente inoltre il monitoraggio wireless in tempo reale del consumo elettrico totale dell'intero edificio. Ancora più importante, porta l'intero processo direttamente al processo direttamente su Internet, consentendo il monitoraggio e il controllo remoto da una posizione centrale. Data la crescente necessità per il settore dell'ospitalità di ridurre i costi generali, sempre più hotel stanno integrando sistemi di gestione dell'energia nelle loro proprietà. Inoltre, quando gli hotel applicano qualche tipo di soluzione per la gestione dell'energia, avrà alcuni vantaggi:

- **Controlla i sistemi che consumano energia:** un sistema di gestione dell'energia è il cervello che alimenta i sistemi HVAC, i sistemi di illuminazione, le prese di corrente e persino i dispositivi intelligenti come tapparelle, serrature e TV nelle camere e negli spazi pubblici del tuo hotel.

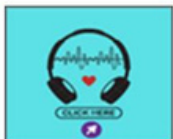
- **Applicazione di programmi, regole logiche per ridurre il consumo energetico:** sulla base di input manuali o algoritmi, un EMS controlla strategicamente i sistemi dell'edificio per ottimizzare il risparmio energetico

e di costi. Ad esempio, puoi programmare il sistema in modo che le luci esterne si accendano alle 21:00 e si spengano alle 7:00. Oppure puoi programmare il sistema per mantenere la temperatura dell'atrio e il sistema regolerà il controllo del clima in risposta alla temperatura esterna, alla luce solare e all'occupazione.

Figura 41, Fonte: su pexels.com



- **Monitora l'utilizzo e le prestazioni in tempo reale:** il pannello di controllo EMS ti consente di monitorare il consumo di energia in tempo reale, in modo da poter vedere quante luci sono accese o quante unità di condizionamento sono in funzione in un dato momento. Altre caratteristiche includono la capacità di analizzare i consumi e i risparmi sui costi nel tempo con solide funzionalità di reporting.



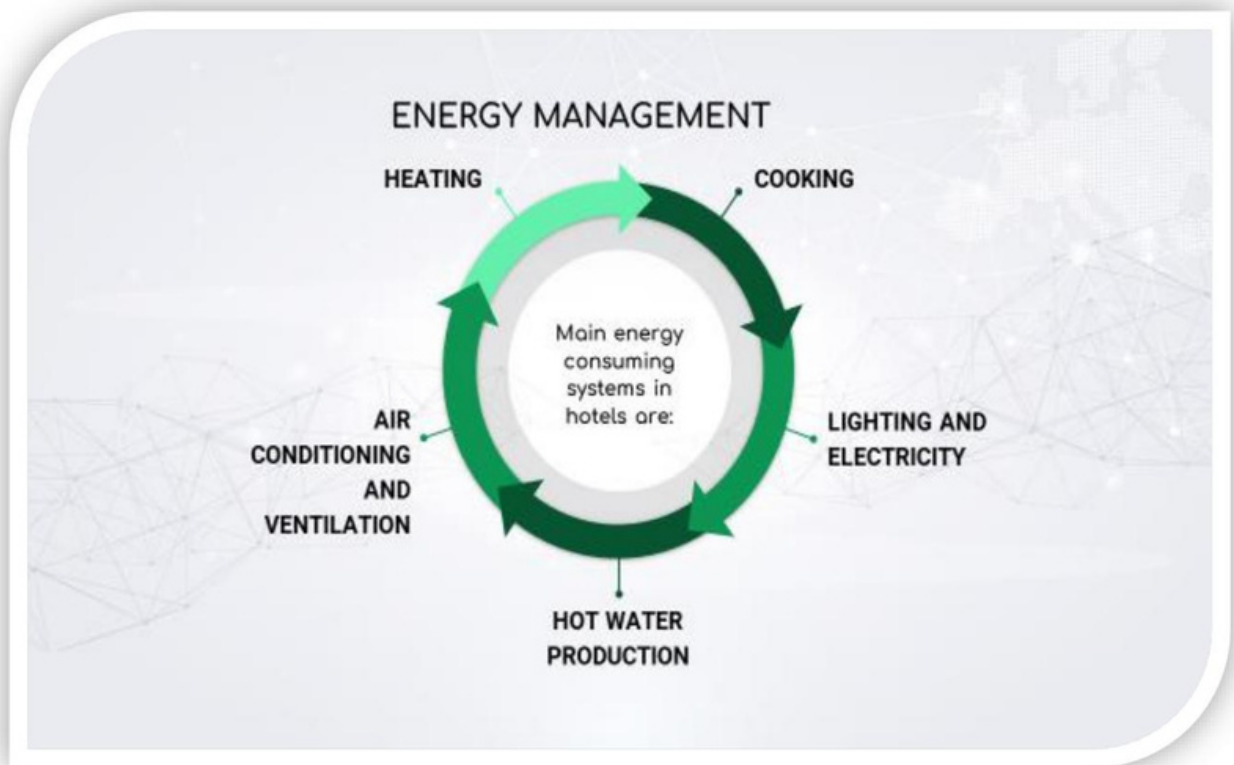


Figura 42, Gestione energetica. Progettazione degli autori

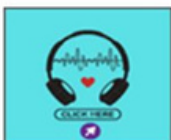
37.3. Automazione e monitoraggio degli edifici

Automazione e monitoraggio degli edifici

Alcuni hotel stanno installando un sistema di gestione dell'edificio che integra tecnologie intelligenti e analisi, queste tecnologie vengono utilizzate per conoscere aspetti come l'efficienza energetica. Questo sistema ti consente di sapere cosa sta succedendo nel tuo edificio e ne rende possibile il miglioramento (Attala, 2018).

Il sistema prende dati da tutte le macchine dell'albergo, permette il preriscaldamento delle stanze, le luci possono essere più tenui quando c'è il sole. Ciò rende l'edificio più efficiente e fa risparmiare energia (Vikey, 2022).

Inoltre, ciò influisce anche sulla manutenzione dell'edificio. Una piattaforma che revisiona regolarmente la manutenzione delle macchine previene guasti ed elimina sciupare.



- **Monitoraggio della qualità dell'ambiente interno (IEQ):** con la pandemia di COVID-19, la qualità dell'aria è stata considerata molto importante. L'IEQ si è concentrato sulla riduzione del consumo energetico e ora fornisce un'aria di buona qualità
- **Ottimizzazione dei consumi energetici:** i sistemi di building automation si adeguano alle condizioni della stanza come alimentazione e illuminazione, tiene conto anche delle stanze controllate e non utilizzate.
- **Tracciamento delle risorse:** gli ospiti possono tenere traccia di servizi come i portabagagli. La valutazione in tempo reale può migliorare i servizi
- **Servizio clienti con controllo vocale:** Alcuni hotel hanno adottato un servizio con controllo vocale, questo permette ai clienti di richiedere il servizio in camera dell'hotel, di prenotare alcune attività o un tavolo al ristorante.
- **Serrature intelligenti e soluzioni di sicurezza:** le serrature intelligenti consentono ai clienti di utilizzarle con chiavi virtuali, aprono le stanze con il cellulare invece che con la tessera.
- **Gestione del traffico pedonale:** tiene traccia del numero di persone che entrano o lasciano qualsiasi locale
- **Servizi di pulizia e sanificazione:** Questa tecnologia serve a mantenere ogni ambiente dell'hotel pulito, rileva le aree utilizzate e quelle non utilizzate.

BUILDING AUTOMATION AND MONITORING

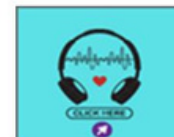
Some hotels are installing a management building system that integrates smart technologies and analytics, these technologies are used to know things like energy efficiency. This system lets you know what is happening in your building and makes possible the improvement of it.

The system gets data from all the machines of the hotel, it permits preheating the rooms, lights can be more tenuous when it's sunny. This makes the building more efficient and it saves energy.

Moreover, this affects the maintenance of the building too. A platform that revises the maintenance of the machines regularly prevents the failures and eliminates waste.

- **Indoor Environment Quality (IEQ) monitoring:** With the COVID-19 pandemic, the quality of the air has been considered very important. IEQ was focused on reduce energy consumption and now it is in provide a good quality air
- **Energy consumption optimization:** Building automation systems adjust room conditions such as power and lighting, it also takes into account checked in rooms and unused rooms.
- **Asset tracking:** Guests can track services like luggage racks. The evaluation at real time can improve the services
- **Customer service with Voice Control:** Some hotels have adopted a service with voice control, this allows customers to request hotel room service, to book some activities or a table in the restaurant.
- **Smart locks and security solutions:** Smart locks allow customers to use virtual keys, they open the rooms with their phones instead of with a card.
- **Foot traffic management:** It tracks the number of people entering or leaving any premises
- **Cleaning and sanitation services:** This technology serves to maintain every place in the hotel clean, it notices used and unused areas.

Figura 43, AUTOMAZIONE E MONITORAGGIO DEGLI EDIFICI. Progettazione degli autori.





37.4. Realtà aumentata

Realtà aumentata

La realtà aumentata (AR) altera la percezione delle persone dell'ambiente circostante attraverso l'uso della tecnologia informatica. Rispetto alla realtà virtuale (VR), la differenza è che la VR sostituisce il mondo reale con uno virtuale. La realtà aumentata colloca le cose virtuali nel mondo reale.

L'AR sta diventando importante nel settore dell'ospitalità perché offre la possibilità agli hotel di migliorare l'ambiente che vendono. L'AR è utile anche per risolvere le domande che gli ospiti fanno prima di arrivare in hotel (Augray, 2022; Muskan, 2021).

Esempi:

UN. Camere d'albergo interattive

C'è un hotel nel Regno Unito che dispone di mappe murali nelle sue camere d'albergo, se punti il tuo smartphone sulla mappa puoi vedere ulteriori informazioni sui luoghi di interesse

B. Ludicizzazione

L'ospitalità utilizza i giochi AR per migliorare la propria esperienza, un esempio è creare la propria mappa per esplorare l'hotel.

C. Ambienti alberghieri aumentati

Alcuni hotel utilizzano l'AR per rendere impressionante l'esperienza degli ospiti. Ad esempio, gli ospiti possono puntare i loro telefoni e vedere personaggi famosi virtuali nell'hotel.

D. Riconoscimento dell'ospite

Le applicazioni AR possono aiutare a fornire dettagli sugli ospiti che ritornano nello stesso hotel, sulle loro preferenze, ciò consentirà di offrire all'ospite un'esperienza personalizzata.

E. Informazioni sulla manutenzione

Gli ospiti possono ottenere informazioni sulle aree in manutenzione dell'hotel

F. Strutture di traduzione

L'AR rende più semplice la traduzione delle indicazioni per gli ospiti provenienti da molti paesi, che possono puntare i propri smartphone sui testi per ottenere informazioni in più lingue

G. Vista a 360 gradi dell'Hotel

Con la tecnologia AR gli ospiti possono avere una visione corretta dell'intero hotel, delle camere, dei servizi...

H. Menu interattivi

Dopo il Covid molti ristoranti hanno un menù virtuale acui gli ospiti possono accedere leggendo un qr code con il proprio cellulare. Se incorpori la tecnologia AR, iclienti può visualizzare il cibo.

La storia dell'albergo

Alcuni hotel hanno dipinti, sculture... Per far conoscere ai clienti la storia di queste cose, è possibile utilizzare l'AR. Con un codice QR possono ottenere informazioni e vedere in 3D.

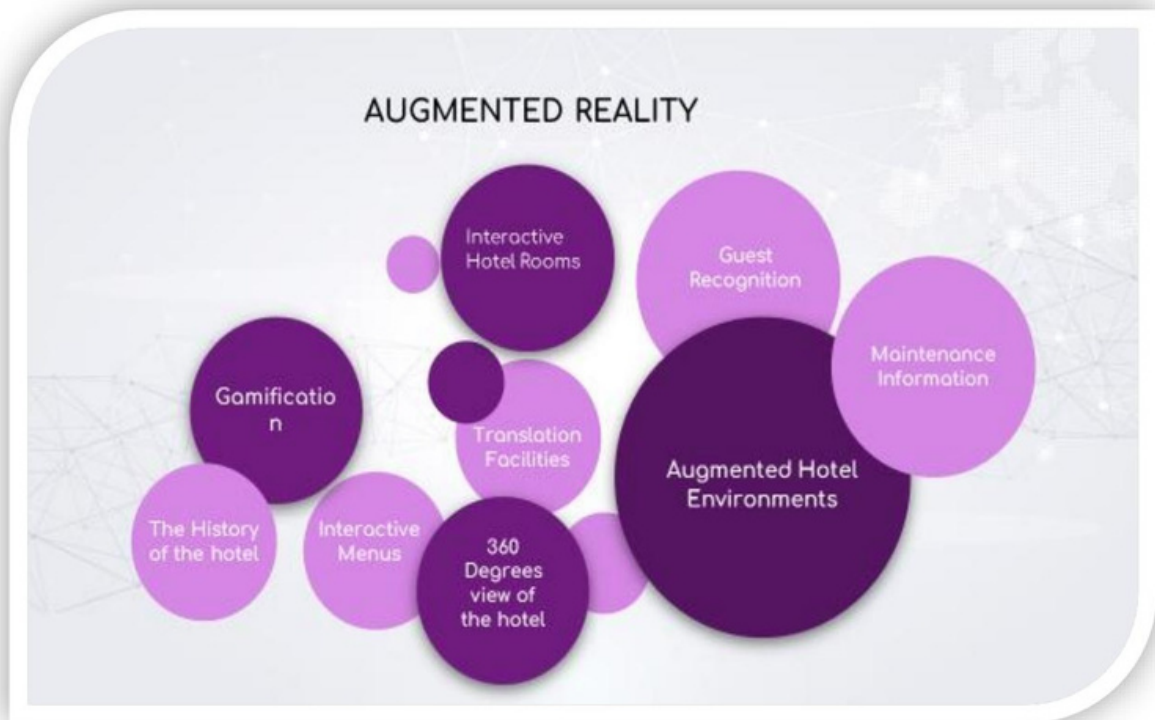
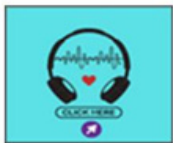


Figura 44. Realtà Aumentata. Progettazione degli autori.



37,5. Tecnologia dei fari

Tecnologia dei fari

Beacon è un sensore basato sulla posizione che può essere posizionato ovunque in un hotel. La tecnologia beacon è collegata al concetto di realtà aumentata. Il modo di utilizzarlo è tramite Bluetooth, i clienti ricevono informazioni sui loro telefoni, ad esempio una chiave virtuale o una mappa dell'hotel. È un dispositivo Bluetooth wireless che trasmette un segnale che altri dispositivi Bluetooth come gli smartphone possono "vedere". I dispositivi beacon non trasmettono segnali casuali. Sta trasmettendo un numero ID univoco che indica al dispositivo di ascolto a quale faro si trova accanto (Plot Projects, 2022). Questo

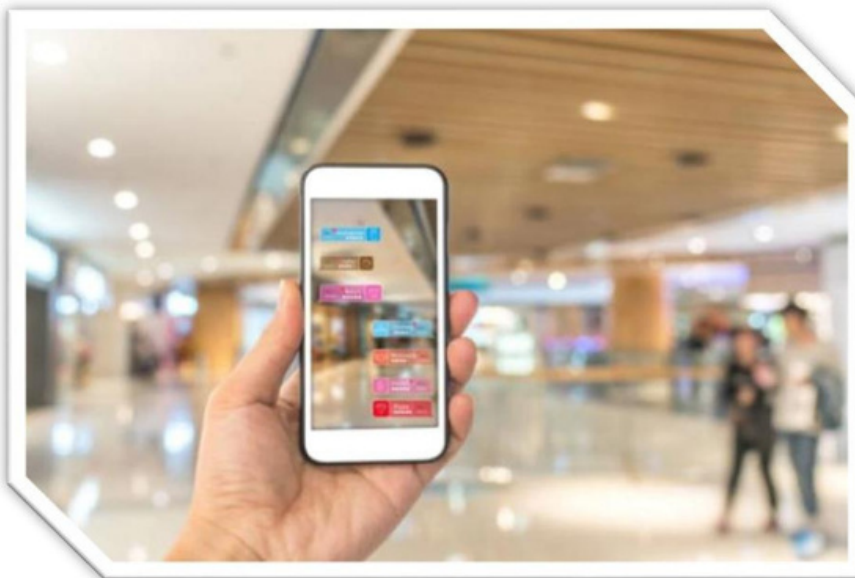


Figura 45, fonte foto: www.groundtruth.com

può creare un tempo reale

interazione con il
clienti.

Alcuni modi di utilizzo

Sensori del faro integrati

l'ospitalità è:

- **ControllareIn**

servizio: gli ospiti ricevono un benvenuto messaggio quando varcano le porte dell'hotel. L'ospite non deve nemmeno aspettare

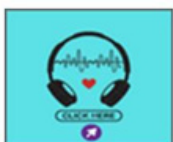
una coda, né una ricerca
per la prenotazione

numero e l'app ha già recuperato i loro dati personali dal momento della prenotazione della camera.

Ricerca della stanza e navigazione interna: questa funzione consente la navigazione interna simile al GPS, in impostazioni in cui i segnali GPS non sono disponibili. Utilizzando i beacon gli ospiti possono avere mappe virtuali e indicazioni dettagliate per raggiungere la loro camera o le loro destinazioni preferite all'interno dei locali del tuo hotel.

- **Ingresso senza chiave nelle camere:** quando gli ospiti utilizzano il controllo digitale, una chiave digitale viene inviata al loro telefono cellulare.

Controlli in camera: la maggior parte degli hotel richiede agli utenti di strisciare una chiave magnetica semplicemente per accendere le luci, il che genera un grande risparmio energetico. I beacon consentono di rilevare la presenza dell'ospite nella sua stanza e di abilitare una nuova serie di servizi sul suo dispositivo mobile per controllare l'illuminazione, la temperatura, la TV, ecc.



- **Servizi in camera:** Il segnalatore all'interno della camera rileva la presenza dell'ospite nella camera. Verrà inviato un messaggio agli ospiti per controllare il menu per mostrare le opzioni di cibo

- **Servizi dell'hotel termale:** quando i clienti percorrono le aree termali, lo faranno ricevere un messaggio con le offerte

- **Bar-ristorante:**

Gli ospiti riceveranno messaggi con offerte di cibi e bevande quando si troveranno in prossimità della zona ristorante. Utilizzando iBeacon, hotel e ristoranti saranno in grado di personalizzare le promozioni per località specifiche

- **Altri servizi per gli ospiti dell'hotel:** alcune offerte possono essere inviate agli ospiti nelle aree come il casinò

I vantaggi per l'hotel sono (Plot Projects, 2022):

- Migliora l'esperienza degli ospiti.

- Crea nuove opportunità.

- Ottieni dati in tempo reale da analizzare.

-

- Migliorare la produttività del personale dell'hotel.

-

- Aumenta la produttività e migliora i margini.

-

- Monitoraggio dell'occupazione.

-

- Monitoraggio delle risorse.

I vantaggi per gli ospiti sono:

- Check-in più semplice.

- Offerte speciali.

Messaggio sui servizi dell'hotel.

L'uso più comune della tecnologia beacon è il marketing di prossimità. Può funzionare in due modi: in modo semplice, ad esempio mostrando ad un utente dell'app una notifica con un coupon per un prodotto nelle vicinanze o visualizzando contenuti in-app con una descrizione di un evento nelle vicinanze. Oppure può essere complesso, come calcolare la posizione dell'utente in base alla sua vicinanza a un radiofaro.



BEACON TECHNOLOGY

Beacon is a location-based sensor that can be placed anywhere in a hotel. **Beacon technology** is connected to the concept of augmented reality. The way of using it is through Bluetooth, customers receive information in their phones, for example a virtual key or a map of the hotel. It is a wireless bluetooth device that transmits a signal that other bluetooth devices such as smartphones can 'see'. Beacon devices do not transmit random signals. It's transmitting a unique ID number that tells the listening device which beacon it's next to. This can create a real time interaction with the customers.

The benefits for the hotel are:

- Improve the guests' experience.
- Create new opportunities.
- Get data in real time to analyse.
- Improve the hotel's staff productivity.
- Boost productivity & improve margins.
- Occupancy monitoring.
- Asset tracking.

The benefits for the guests are:

- Easier check in.
- Special offers.
- Message about hotel services.

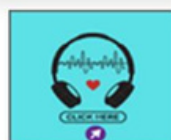
Figura 46, Tecnologia Beacon. Progettazione degli autori.

THE TOOLS:

The use of different tools help to make things easier. Some of the tools used in hospitality are:

Apps for payment	A point of sale	Control the restaurant from your phone	Cash register
<p>A lot of bars and restaurants use mobile applications to order and pay for your products. Clients can see the menu in the mobile, select the order, see the price of their purchase and get the bill on the phone. This is a way of flexibility and saving time for clients and waiters. An example of these apps is BR Bars and Restaurants</p>	<p>Hiopos is a tool that serves as a point of sale for hotels, it makes the management of a business easier. There are different versions depending on the kind of business (cafes, restaurants, and so on). It provides a business analysis and real-time business information.</p> <p>Camarero10 is an app that manages tables and payments, it sends the order immediately to the kitchen.</p>	<p>Miss Tipai has been created for restaurants. It enables the control of the restaurant, the orders, the opening and closing of bills, tables, reservations, stocks, payments in all ways (dividing the payment, creating bills, personalising receipts.)</p> <p>Restor is a management tool that allows you to know everything about your business in real time (storefront, stock, suppliers, operators, agencies...)</p> <p>Hoshtactil allows you to be informed of everything that happens, it enables you to manage the business at any time from anywhere. It won a prize for its innovation. It divides the information into 4 boards: sales, bill, the dining area, the incident control, human resources, products, history and reports.</p> <p>Hiboutik offers a version for restaurants that offer a simpler way to manage catering. The orders are taken by the phone and sent to the kitchen, receipts are printed and recorded. It also gives the option to help the kitchen to manage the orders.</p>	<p>Tiller enables take payments, manage and analyse the business. It makes the taking of orders quicker, it enables to consult data, to control stock, to track sales and to control staff.</p>

Figura 48, GLI STRUMENTI. Fonte: disegno degli autori



THE TOOLS: The use of different tools help to make things easier. Some of the tools used in hospitality are:			
Digital signature solutions	Contactless technology	Accessibility support	Eco-applications
<p>The process of signing digitally improves the check-in process and services like car rentals. Clients can firm by handwriting in any phone or device. The management of invoices can also use digital signatures.</p> <p>This tool is also used by human resources in hotels. Contracts and payrolls can be signed digitally.</p> <p>The use of digital signature makes a hotel sustainable, it reduces the printing on papers of different documents and it encourages eco-friendly practices.</p>	<p>Smart hotels are very common nowadays. They reduce the face-to-face interaction, clients can do the check-in themselves without the help of a receptionist. This is possible if they do the check-in from their phone and obtain a digital key. Intelity is a platform that helps to get these characteristics. Apart from the check-in, this platform has the option of booking services, like a massage or a lunch.</p> <p>Bowo and Hoteza are other similar platforms. They give the option to access the different devices in the room, like the TV, from the phone.</p>	<p>It is important to give the same opportunities to the people with accessibility requirements. Mobility Mojo is a tool that helps hotels to add Hotel accessibility to their website.</p>	<p>Some hotels have created their own applications that include walking tours for the guests promoting sustainable tourism.</p>

Figura 49, GLI STRUMENTI. Fonte: disegno degli autori

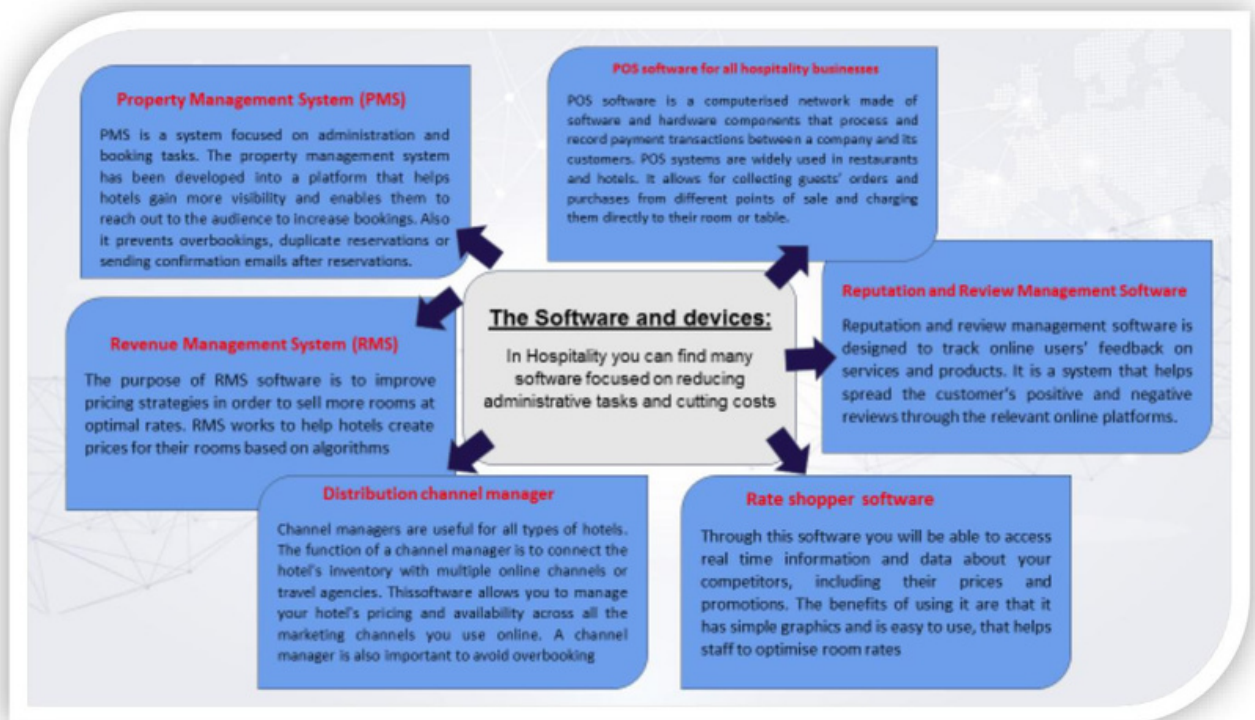
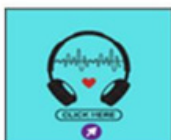


Figura 50, Il software ei dispositivi. Progettazione degli autori



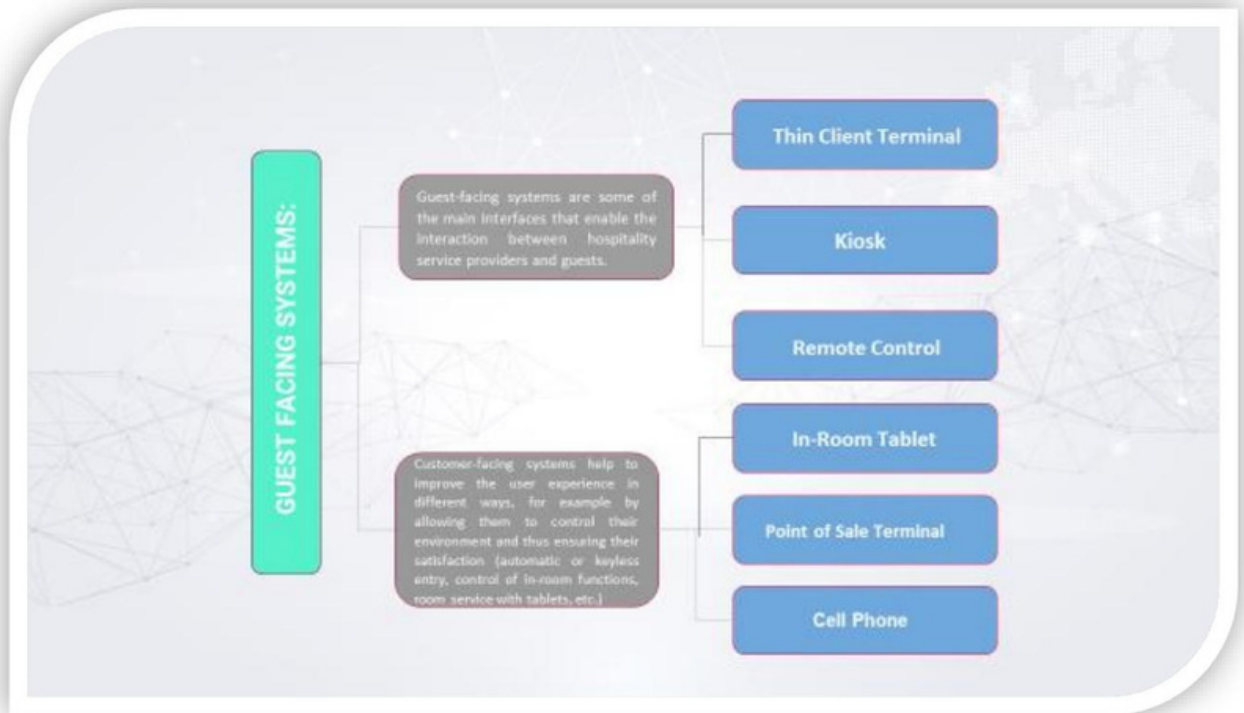


Figura 51, SISTEMI FRONTE OSPITI. Progettazione degli autori.

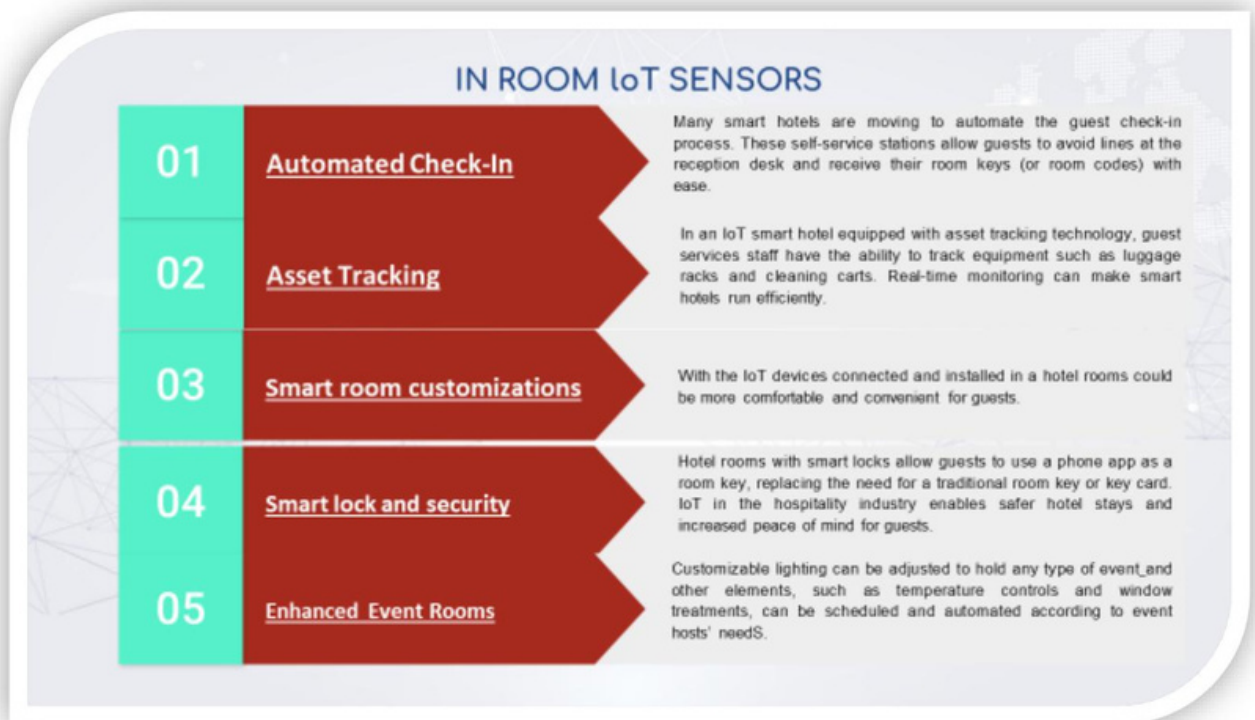
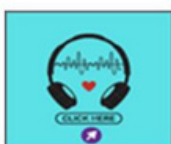


Figura 52, SENSORI IN LOCALE. Progettazione degli autori



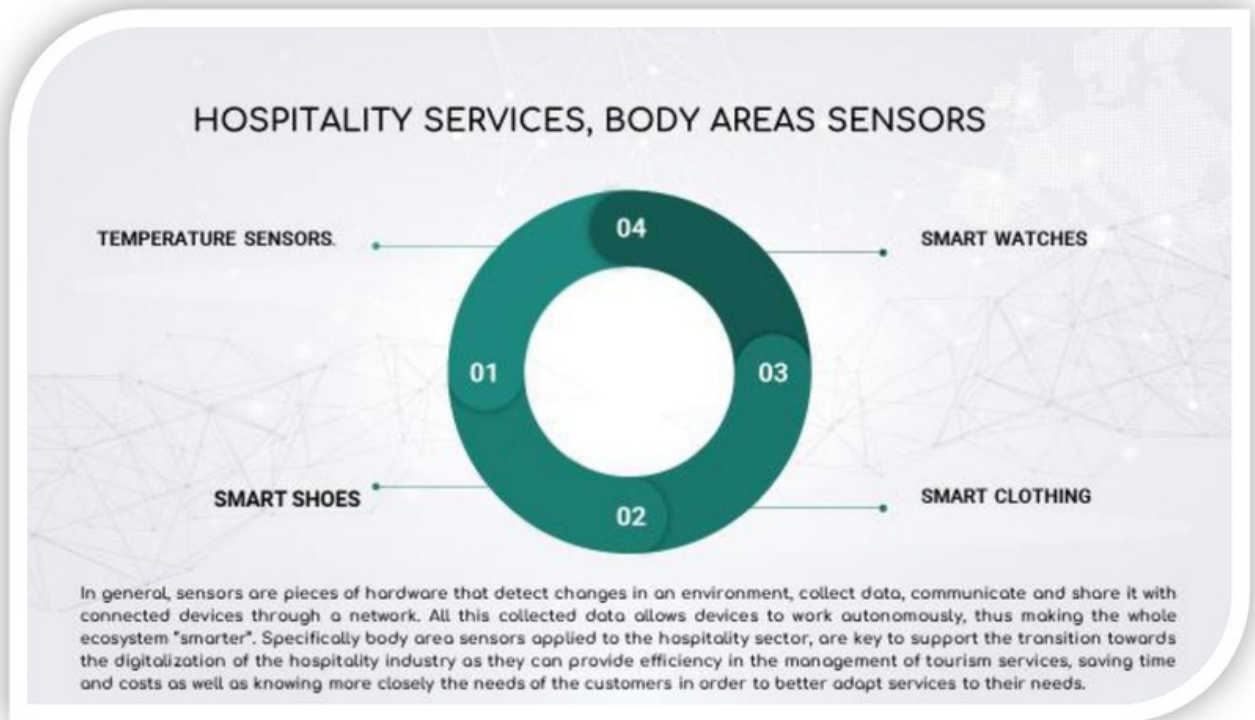
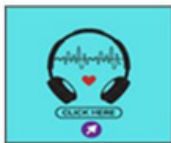


Figura 53, SERVIZI DI OSPITALITÀ, SENSORI DELLE AREE CORPOREA. Progettazione degli autori



38. Le principali sfide legate alla digitalizzazione

In questa parte finale del capitolo 14 toccheremo brevemente alcune delle sfide che la digitalizzazione deve affrontare nel settore dell'ospitalità. Questo è già stato accennato nella prima parte di questo capitolo, ma in questa parte finale ci concentreremo principalmente sui seguenti aspetti che non sono stati trattati in modo approfondito prima in questo capitolo:

- Gestione dati
- Sicurezza e privacy

38.1. Gestione dati

Gestione dati

Quando si parla di Data Management come sfida agli sforzi di digitalizzazione del settore dell'ospitalità, dobbiamo davvero iniziare da qualcos'altro. Vale adire con una discussione del concetto di Big Data che costituisce il quadro generale per la discussione sulla gestione dei dati (e in effetti anche l'argomento per la parte 3.2 - Sicurezza e privacy). Per mettere in relazione questi due argomenti, dobbiamo esaminare le caratteristiche di base dei Big Data e ciò che costituisce il termine Big Data (Pahus, 2022):

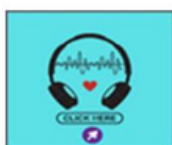
1) Cosa sono i Big Data? È la raccolta consapevole di grandi quantità di dati al fine di analizzarli e interpretarli in una determinata situazione e per un determinato scopo. Questo si chiama "Volume"

2) I Big Data possono essere più che numeri! Può essere testo (ad esempio feedback da un questionario), può essere video, audio e molto altro purché aderisca alla definizione sopra riportata (raccolta consapevole per uno scopo specifico). Questa si chiama "Varietà"

3) Un dato chiave dei Big Data è che vengono prodotti in tempo reale e che la velocità nel processo di creazione è piuttosto elevata. Questa si chiama "Velocità"

4) Infine, i Big Data sono caratterizzati da una certa dose di problemi di affidabilità e incertezza. Questa si chiama "Veracità"

Tutte e 4 le caratteristiche sopra menzionate influenzano la Gestione dei Dati e possono causare problemi alle aziende ricettive che se ne devono occupare. Innanzitutto c'è la questione del "Volume" poiché richiede ampio spazio di archiviazione mentre i dati vengono raccolti in tempo reale ("Velocità"). La memorizzazione di grandi quantità di informazioni sugli ospiti in un hotel, ad esempio, richiede spazio di archiviazione disponibile, che può essere



un affare costoso. Inoltre, ciò comporta questioni di sicurezza e privacy (che saranno trattate nel prossimo sottocapitolo) poiché esistono norme e regolamenti rigidi riguardanti la conservazione delle informazioni personali dei clienti. Ciò diventa ancora più complicato se si considera il problema della “Varietà” che si aggiunge al costo di archiviazione poiché video, immagini e così via occupano molta più capacità di archiviazione rispetto, ad esempio, ai numeri su un foglio di calcolo. Infine, c'è la questione della “Varacity” che riguarda l'uso dei dati e come possiamo usarli, ad esempio, per prevedere il comportamento futuro.

Tutte le caratteristiche dei Big Data giocano un ruolo nella gestione dei dati e influenzano il modo in cui le aziende del settore alberghiero lavorano con le grandi quantità di dati che ricevono.

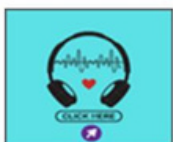
38.2. Sicurezza e privacy

Sicurezza e privacy

I temi della sicurezza e della privacy online sono essenziali per le aziende del settore alberghiero da affrontare per soddisfare le esigenze dei propri clienti. Ogni giorno le aziende del settore dell'ospitalità elaborano le informazioni sensibili dei propri clienti e la richiesta di misure di sicurezza e privacy è un requisito fondamentale.

Gli approfondimenti di EHL elencano diverse preoccupazioni per quanto riguarda la sicurezza dei dati e la privacy nel settore dell'ospitalità (EHL, 2022):

- 1) Dipendenza dal pagamento con carta: il settore dell'ospitalità fa sempre più affidamento sul pagamento con carta e questa transazione digitale porta a minacce da parte di criminali informatici che utilizzano malware per cifrare i numeri di carta dei clienti
- 2) Elevato turnover del personale: come accennato in precedenza in questo capitolo riguardante il divario di manodopera, esiste un elevato turnover del personale nel settore dell'ospitalità. Ciò rappresenta una minaccia poiché la formazione e il know-how sono fondamentali per mantenere un elevato livello di conoscenza della sicurezza dei dati tra il personale.
- 3) Conformità: soprattutto in Europa, la conformità al GDPR è diventata essenziale per le società di ospitalità poiché le violazioni di questo possono comportare multe elevate e conseguenze legali.
- 4) Minacce interne: in poche parole, ciò implica che i dipendenti rubino o vendano informazioni sui clienti a estranei. Può trattarsi di qualsiasi cosa, dal numero della carta alle informazioni personali sulle preferenze dei clienti oltre informazioni personali.



La soluzione alle preoccupazioni di cui sopra? Nello stesso articolo contenente le preoccupazioni, gli approfondimenti di EHL elencano i seguenti consigli su come affrontare i problemi di sicurezza e privacy:

- Crittografa sempre i dati della carta di pagamento.
- Gestire un programma di formazione continua sulla sicurezza informatica per mantenere un buon forza lavoro qualificata.

Rispettare sempre le normative pertinenti, come PCI DSS.

- Utilizzare misure di sicurezza informatica come firewall, monitoraggio della rete, dispositivi anti-malware e filtraggio del traffico per proteggersi dalle minacce comuni.
- Conduci test sulle difese di sicurezza informatica della tua organizzazione in cui riproduci il comportamento di un vero hacker.
- Scopri dove si trovano i tuoi dati e applica il principio dei privilegi minimi per limitare l'accesso alle informazioni sensibili. (EHL, 2022)



39. Statistiche sull'utilizzo delle competenze digitali

Il Digital Adoption Team (2023) ha esplorato 20 delle statistiche più importanti relative alla trasformazione digitale e alle competenze digitali.

Ecco alcune **statistiche sulla trasformazione digitale** che mostrano perché la trasformazione digitale è importante ed è diretta: (Digital Adoption Team, 2023).

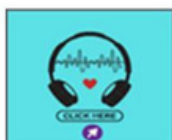
- Il 65% delle aziende dispone attualmente di iniziative per incoraggiare la collaborazione tra i team di data science, i team di analisi e l'azienda (Forrester)
- Il 62% delle aziende sta lavorando per incorporare i processi analitici nei propri processi aziendali al fine di automatizzare al meglio i processi aziendali (Forrester)
- Il 91% delle imprese è impegnato in qualche forma di iniziativa digitale (Gartner)
- L'87% dei dirigenti aziendali senior afferma che la digitalizzazione è una priorità (Gartner)
- Il 40% delle organizzazioni ha portato iniziative digitali su larga scala (Gartner)
- Il 51% degli sforzi di trasformazione digitale sono alimentati dalla pressione del mercato e opportunità di crescita (Profeta)
- Il 70% delle aziende ha scelto di aumentare o mantenere la spesa per la trasformazione digitale durante la pandemia (IFS)
- Il 58% delle aziende che non avevano ancora avviato un programma di trasformazione digitale hanno affermato che il COVID-19 ha accelerato i loro piani digitali (BakerMcKenzie)
- Il 76% delle aziende prevede cambiamenti IT lungo termine a seguito del COVID-19 (SWZD)
- Oltre un terzo degli aumenti del budget tecnologico del 2021 sarà influenzato da COVID-19 (SWZD)
- Il 97% dei decisori IT è coinvolto in iniziative di trasformazione digitale (MuleSoft)

Entro il 2024, il 25% dei CIO delle grandi imprese diventerà responsabile dei risultati operativi del business digitale, o "COO by proxy" (Gartner). Le principali tendenze tecnologiche strategiche che guideranno la rivoluzione e la crescita includono, tra le altre cose, l'iperautomazione, la multiesperienza, la democratizzazione e il potenziamento umano (Gartner). Queste statistiche mostrano chiaramente che la trasformazione digitale è destinata a continuare nel prossimo futuro.

Un altro fattore importante che i leader aziendali devono considerare quando investono nella trasformazione digitale è la produttività dei dipendenti, e tale produttività dipende dal possesso di competenze digitali. (Team di adozione digitale, 2023).

Statistiche sulle competenze digitali: edizione 2023

Il 69% dei datori di lavoro afferma di preferire dipendenti con competenze di data science rispetto a quelli senza (PwC)



Il 55% dei datori di lavoro più preoccupati per le competenze digitali afferma che l'innovazione è ostacolata dalla mancanza di competenze chiave (PwC)

Nei prossimi cinque anni la forza lavoro globale potrà assorbire circa 149 milioni di posti di lavoro orientati alla tecnologia (Microsoft)

L'85% degli americani ritiene che le competenze digitali saranno importanti per il successo sul posto di lavoro di oggi (Pew)

Il 54% di tutti i dipendenti avrà bisogno di una significativa riqualificazione entro il 2022 (World Economic Forum)

Entro il 2022 tutti avranno bisogno di 101 giorni in più di apprendimento (World Economic Forum)

Il 44% degli europei tra i 16 ei 74 anni non possiede competenze digitali di base (Commissione europea)

Ora che abbiamo esaminato sia la trasformazione digitale che le statistiche sulle competenze digitali, approfondiamo un po' e comprendiamo quali sono le loro implicazioni.

Principali punti salienti e tendenze

Ecco alcune tendenze elezioni che queste statistiche rivelano:

Le iniziative digital-first sono diventate una priorità assoluta per la maggior parte delle aziende, anche durante la pandemia. Il COVID-19 ha alimentato una delle più grandi crisi finanziarie del nostro tempo. Tuttavia, ha anche accelerato la necessità di trasformazione digitale, che può aiutare le aziende a rimanere più resilienti e redditizie in momenti così difficili volte.

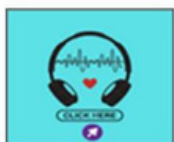
La trasformazione digitale non è solo redditizia, è necessaria. Man mano che l'economia diventa sempre più digitale e sempre più partecipanti al mercato adottano la tecnologia digitale, ogni organizzazione dovrà diventare digitalmente matura, o addirittura digital-first. Dopotutto, la partecipazione all'economia digitale richiede la piena adozione della tecnologia digitale.

Il digitale sta diventando parte integrante di ogni azienda. Negli ultimi anni, l'IT è diventata meno una funzione di back-office e più una funzione operativa.

Questa tendenza dovrebbe continuare e possiamo aspettarci di vedere i leader IT svolgere un ruolo più centrale nelle operazioni e nella strategia aziendale.

Senza l'accesso alle giuste competenze digitali, i datori di lavoro non possono portare avanti la trasformazione.

La trasformazione digitale dipende in larga misura dalle capacità e dalle competenze dei dipendenti. Come ha dimostrato la ricerca di PwC, la mancanza di competenze chiave può ostacolare in modo significativo la crescita e l'innovazione del business. Il divario delle competenze digitali si sta ampliando, quindi le aziende devono farsi avanti per colmare tale divario. Per garantire che i dipendenti rimangano competenti e produttivi, i datori di lavoro dovrebbero trovare modi per colmare il divario di competenze digitali attraverso, ad esempio, programmi di apprendimento dei dipendenti. In breve, queste statistiche e tendenze suggeriscono che nei prossimi anni la trasformazione digitale diventerà ancora più importante, così come le competenze digitali necessarie per guidare tali iniziative.



40. Statistiche sull'utilizzo delle tecnologie digitalizzate dell'ospitalità (ristorante, pulizie, giardinaggio, piscine)

Il libro bianco sulla digitalizzazione nel settore alimentare e delle bevande analizza le sfide del settore e approfondisce l'evoluzione dei processi aziendali attraverso l'adozione delle nuove tecnologie digitali. È difficile parlare di dove sta andando la digitalizzazione nel settore alimentare e della ristorazione senza fare riferimento alla robotizzazione. (Software Siemens Digital Industries. (2021).

I produttori di alimenti e bevande si stanno impegnando con forza nella robotizzazione; L'80% di loro ha più di 100 SKU e si suppone che quel numero di SKU aumenti andando avanti. (Software Siemens Digital Industries, 2021).

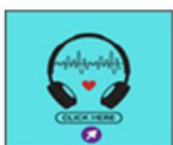
La digitalizzazione nel settore alimentare e della ristorazione segue uno schema verticale che probabilmente non si ridurrà. Gli scopi e gli utilizzi dei gadget meccanizzati aiutano le organizzazioni a tenere il passo con la loro coerenza. L'utilizzo di grandi raccolte di informazioni all'interno di un'associazione apre nuove porte allo sviluppo diminuendo i fallimenti e acquisendo ulteriore conoscenza delle esigenze dei clienti. (Software Siemens Digital Industries, 2021).

La digitalizzazione nel settore della pulizia” evidenzia poi come, con l'adeguato supporto nello sviluppo di sistemi formativi innovativi, la transizione digitale possa diventare un'opportunità per valorizzare professionalità e innovazione nel settore. Poiché la già rapida trasformazione digitale dell'economia europea viene accelerata dalla pandemia di Covid-19, il settore delle pulizie non fa eccezione in questo processo. La trasformazione digitale in corso nel settore della pulizia industriale, compreso lo sviluppo di strumenti digitali (software, sensori robot, Internet delle cose, ecc.) sta cambiando il modo in cui le imprese di pulizia operano e vendono i propri servizi.

Il miglioramento e la riqualificazione sono priorità urgenti per garantire che i lavoratori e le aziende del settore delle pulizie siano adeguatamente attrezzati per le sfide future. (Toolsense, 2023).

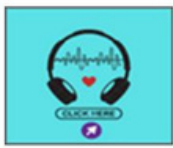
Raccogliere i benefici delle tecnologie digitali in agricoltura richiede la partecipazione e la cooperazione di agricoltori, ricercatori, settore privato, organizzazioni no-profit e governo. Le colture orticole richiedono un'attenzione e un monitoraggio più diretti per pianta rispetto alle colture arabili, per garantire che eventuali parassiti e malattie emergenti siano limitati a una soglia accettabile. L'adozione di questo approccio gestionale intensivo ma integrato ha aperto la strada a miglioramenti tecnologici che hanno automatizzato e ottimizzato le operazioni agricole che in precedenza venivano eseguite manualmente, introducendo maggiore precisione e affidabilità.

Il lavoro dell'OCSE sta esaminando i vantaggi e le sfide derivanti dall'uso delle tecnologie per la politica agricola, con approfondimenti particolari tratti dagli studi agroambientali



politiche e per il commercio agroalimentare. Ulteriori questioni includono il modo in cui il contesto normativo può influenzare l'adozione sostenibile e inclusiva delle tecnologie digitali; come le tecnologie potrebbero influenzare le esigenze di competenze nel settore; e in che modo le tecnologie di tracciabilità possono migliorare la trasparenza della catena del valore agricola, migliorare la sicurezza alimentare e combattere le frodi; e potenzialmente consentire nuove politiche dal lato della domanda per promuovere la sostenibilità.

Touchpad, software di gestione delle gare, monitoraggio della frequenza cardiaca, fotocamere subacquee... sono tutti progressi tecnologici apportati al nuoto. Come ogni altra cosa al mondo, il nuoto non è rimasto uno sport stagnante in termini di funzionamento.



41. Statistiche sull'utilizzo della soluzione digitale per i processi operativi amministrativi (contabilità, sistemi di prenotazione, sistemi di check-in, sistemi di guest experience)

41.1. Sistema di esperienze degli ospiti

Aspetti chiave dell'esperienza degli ospiti che gli albergatori vogliono digitalizzare mondiale 2021

La crescente velocità dell'innovazione tecnologica in tutti i settori è stata un catalizzatore per la digitalizzazione del settore dell'ospitalità. All'inizio del 2021, agli albergatori in Asia, Europa e Nord America è stato intervistato quali aspetti del viaggio degli ospiti avrebbero voluto digitalizzare nel corso dell'anno. La maggior parte degli intervistati, il 70%, ha dichiarato di voler digitalizzare le informazioni sugli hotel per i propri ospiti. Nel frattempo, il 57% degli intervistati ha dichiarato di voler digitalizzare il processo di check-in/check-out.

Quante aziende del settore alberghiero stanno cercando di digitalizzarsi?

La quota di aziende di viaggio e ospitalità con un individuo o un team direttamente responsabile della trasformazione digitale in tutto il mondo è variata nel 2020. Quando è stato chiesto ai dirigenti del settore se la loro organizzazione avesse un individuo o un team direttamente responsabile della trasformazione digitale, il 27% degli intervistati ha affermato che la loro organizzazione disponeva di un team interfunzionale per la trasformazione digitale. Nel frattempo lo ha affermato rispettivamente il 16% degli intervistati

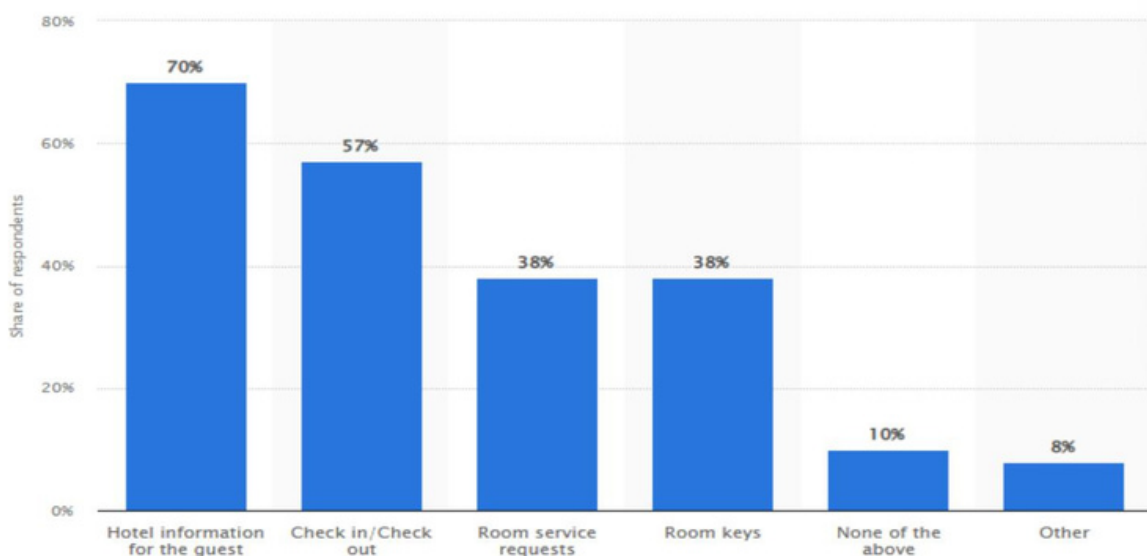
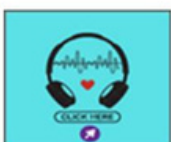


Figura 54, Fonte: Dipartimento di ricerca Statista (2021)



o avevano un partner terzo, come un consulente o un'agenzia, oppure nessuno responsabile della trasformazione digitale.

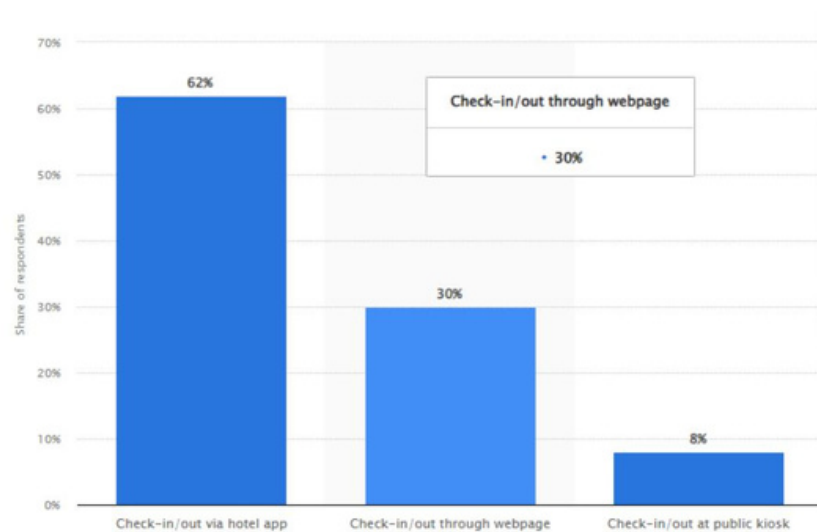
41.2. Sistema di prenotazione

Il mondo sta cambiando rapidamente e il settore dei viaggi non fa eccezione. Le ultime statistiche mostrano che l'utilizzo delle nuove tecnologie nel settore dell'ospitalità aumenta le entrate online del 135% e riduce i reclami degli ospiti del 71%. Allo stesso tempo, l'81% dei viaggiatori si aspetta un maggiore servizio clienti digitale dai marchi alberghieri.

Per tenere il passo e avere successo in un ambiente ipercompetitivo, gli hotel devono investire in tecnologia che consenta loro di gestire, controllare e migliorare in modo efficace la propria attività.

Quindi, se vuoi aumentare le prenotazioni, devi raggiungere i tuoi clienti esattamente dove si trovano. NB: Il 51,4% dei viaggiatori sotto i 35 anni ha visitato la pagina Facebook dell'hotel prima di prenotare.

41.3. Sistema di check-in



Controllo globale dell'hotel
preferenze tecnologiche di ingresso/uscita
in tutto il mondo il 2020 lo ha fatto
sondaggio sull'impatto della
soluzione di digitalizzazione
utilizzare per il check-in e
sistemi di check-out. I risultati del
sondaggio lo hanno indicato

UN

la Di

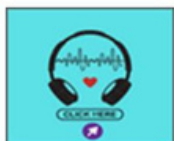
maggioranza degli 62

intervistati, percentuale, ha preferito

Figure 55, Source: Statista 2021 check-in e check-out

utilizzando un'app dell'hotel.

Nel frattempo, il 30% ha preferito utilizzare un sito web, lasciando solo l'8% degli intervistati che ha preferito utilizzare un chiosco pubblico. (Statista, 2021).



42. Benefici economici derivanti dalle pratiche di digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile

Per raggiungere la sostenibilità, la digitalizzazione rende possibile realizzare infrastrutture resilienti in ogni applicazione (Narayan et al. 2022). Nel contesto del settore dell'ospitalità, un'infrastruttura resiliente basata sulle tecnologie digitali è essenziale per ottenere il miglior feedback dei clienti sull'offerta di un servizio di qualità. Un hotel trae vantaggio in molti modi dall'implementazione della tecnologia edilizia contemporanea. Nel complesso, questi sistemi migliorano le prestazioni, riducono i costi operativi e sono anche positivi per l'ambiente.

I servizi di trasporto, la vendita al dettaglio tradizionale e il settore dell'ospitalità sono solo alcuni dei settori che sono stati colpiti dalla rivoluzione della tecnologia digitale (Prihanto e Kurniasari 2019). Il settore dell'ospitalità è stato influenzato dalle richieste di alloggio.

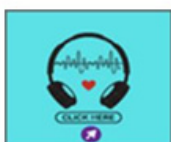
Emergenza

viaggio



Figura 56, Fonte: Karolina Grabowska su pexels.com

Se i leader aziendali nel settore dell'ospitalità vogliono soddisfare le aspettative dei clienti, devono sforzarsi di modificare il modo in cui gestiscono e definiscono le strategie delle loro organizzazioni. Le catene di fornitura vengono migliorate, si accede a nuovi mercati e la produttività e l'efficienza aumentano grazie alla tecnologia. È una novità che le aspettative dei consumatori siano in costante cambiamento. La sfida per l'ospitalità



L'industria è come adattarsi a questi cambiamenti, come sfruttare questa opportunità di innovare, differenziarsi e crescere e come fare tutto questo in modo efficiente sfruttando e ottimizzando i progressi più recenti.

Il software di gestione alberghiera sta avendo un grande impatto (Hotelogix 2022). Avendo un PMS (sistema di gestione della proprietà), gli albergatori possono organizzare e tenere traccia delle operazioni quotidiane nei loro hotel, rendendo più semplice per il personale gestire l'hotel in modo efficiente, aumentando notevolmente la loro efficienza operativa e sono anche ottimi per l'ambiente (questo software elimina completamente la necessità di carta nel tuo hotel).

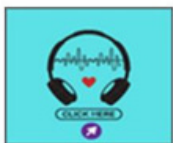
Un PMS può fatturare gli ospiti in modo digitale e inviare fatture digitali, rendendo obsolete le fatture cartacee. Inoltre, le conferme e le informazioni di pagamento vengono tutte acquisite digitalmente e archiviate nel PMS. Anche le mappe interattive degli hotel sono ampiamente utilizzate negli hotel. Anche l'impatto del software di prenotazione basato sul web è un vantaggio: consente agli ospiti di prenotare online e selezionare una camera con facilità, senza bisogno di stampare documenti, riducendo così lo spreco di carta. riduce lo spreco di carta dei singoli consumatori.

Utilizzando tecnologie come i termostati intelligenti, gli albergatori consentono agli ospiti un accesso più semplice ai controlli della temperatura della loro camera, risparmiando sui costi delle utenze. Gli hotel possono eliminare la fornitura gratuita di acqua in bottiglia agli ospiti (una pratica comune) aggiungendo distributori d'acqua tecnologici nelle loro proprietà.

La digitalizzazione e la sostenibilità sono quindi essenziali per la sopravvivenza dell'industria del turismo (Easygoband 2022). Se vogliono raggiungere questo obiettivo, gli hotel devono "abbracciare" le nuove tendenze che sono popolari ora, come: intelligence turistica, tecnologia big data, soluzioni contactless, business intelligence, destinazioni turistiche intelligenti (DTI), applicazioni ecologiche, tecnologia intelligente.

Gli esiti dello sviluppo digitale nei decenni precedenti hanno permesso di mettere in pratica le teorie dell'economia condivisa (Zsarnoczky, 2018). Con la crescita dell'economia condivisa, al benessere sociale viene data sempre più priorità poiché l'esperienza dell'utente prende gradualmente la precedenza sulla proprietà. Un'industria del turismo ben gestita avvantaggia le comunità locali e gli operatori economici, rendendo il benessere sociale un'altra priorità assoluta del settore.

Nel modello della sharing economy, i partecipanti – che sono anche consumatori – offrono le proprie capacità in eccesso affinché il gruppo possa utilizzarle al fine di massimizzare lo sfruttamento dei propri prodotti e risorse. Questi processi economici sono costituiti dalle cosiddette transazioni ibride, che possono essere utilizzate al massimo sia per obiettivi commerciali che sociali.



43. L'azione per il clima trae vantaggio dalle pratiche di digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile

Il cambiamento climatico è considerato uno dei problemi più gravi che l'umanità deve affrontare oggi. Il cambiamento climatico è in aumento ed è caratterizzato da eventi meteorologici da record sotto forma di forti piogge estreme, inondazioni e sbalzi di temperatura globali, con il periodo 2010-2019 il decennio più caldo registrato finora (Conway D, Vincent K (a cura di), 2021). Secondo la NASA (2021), le temperature più alte finora sono state registrate nel 2020 nonostante una forte diminuzione delle emissioni globali a causa della crisi COVID-19. (Youssef, AB, Zeqiri, A., 2022).

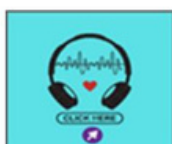
La nuova rivoluzione tecnologica (Industria 4.0) potrebbe contribuire a contrastare il cambiamento climatico; quanto successo avrà è discutibile. Tuttavia, i risultati non sono conclusivi: alcuni studi riscontrano un impatto positivo dell'Industria 4.0 sul cambiamento climatico, mentre altri riscontrano un effetto negativo o nessun effetto. (Youssef, AB, Zeqiri, A., 2022).

Il dibattito sul rapporto tra turismo e cambiamento climatico (Hoogendoorn G, Fitchett JM, 2016) è in corso da diversi anni. Esiste un filone di lavoro sui potenziali effetti del cambiamento climatico sul turismo e sull'ospitalità e sul contributo del turismo al cambiamento climatico [Dubois G, Ceron JP, Gössling S, Hall CM (2016), Gössling S, Hall CM (2006), Odimegwu F, Francis OC (2018), Peeters P, Dubois G (2010), Scott D, Gössling S, Hall CM (2012)].

Secondo Gössling (Gössling S, 2013), questo settore è considerato uno dei principali contributori alle emissioni di gas serra. Il turismo contribuisce enormemente alle emissioni di carbonio (Adedoyin FF, Bekun FV (2020), Gyamfi BA, Bein MA, Adedoyin FF, Bekun FV (2020), che rappresentano il 5% delle emissioni globali di carbonio, dovute per il 75% ai trasporti, per il 21% all'alloggio e il 4% ad altre attività turistiche (UNWTO, UNEP e WMO, 2008) (Youssef, AB, Zeqiri, A., 2022).

Proponiamo cinque condizioni alle quali l'Industria 4.0 potrebbe aiutare a combattere il cambiamento climatico: in primo luogo, un maggiore utilizzo delle tecnologie dell'Industria 4.0 per indurre una maggiore efficienza energetica e una riduzione delle emissioni di gas serra nel settore dell'ospitalità; in secondo luogo, un maggiore utilizzo delle tecnologie dell'Industria 4.0 per indurre una riduzione del consumo di acqua e un aumento dell'efficienza nell'uso dell'acqua; terzo, un maggiore utilizzo delle tecnologie dell'Industria 4.0 per indurre una riduzione degli sprechi alimentari; quarto, maggiore utilizzo delle tecnologie Industria 4.0 nel settore dell'ospitalità per promuovere l'ospitalità circolare 4.0; e quinto, un maggiore utilizzo delle tecnologie dell'Industria 4.0 per ridurre trasporti e viaggi. (Youssef, AB, Zeqiri, A., 2022).

Proposta 1: Maggiore utilizzo delle tecnologie dell'Industria 4.0 per aumentare l'efficienza energetica e ridurre le emissioni di gas serra



Proposta 2: Maggiore utilizzo delle tecnologie dell'Industria 4.0 per ridurre il consumo di acqua eaumentare l'efficienza nell'uso dell'acqua

Proposta 3: Maggiore utilizzo delle tecnologie dell'Industria 4.0 per ridurre gli sprechi alimentari

Proposta 4: Maggiore utilizzo delle tecnologie dell'Industria 4.0 per promuovere l'ospitalità circolare 4.0

Proposta 5: Maggiore utilizzo delle tecnologie dell'Industria 4.0 per ridurre trasporti eviaggi

La prima parte del modello include le applicazioni delle tecnologie dell'Industria 4.0 nel settore dell'ospitalità: CPS, IoT, AR, VR, AI, robot ebig data. È stato dimostrato che queste tecnologie hanno il potenziale per combattere il cambiamento climatico nel settore dell'ospitalità. L'industria 4.0 eil cambiamento climatico hanno diversi punti in comune. Sono sistematici ecomplessi e influenzano la società. Poiché le tecnologie hanno il potenziale per aumentare l'efficienza nell'uso di energia e acqua, ridurre gli sprechi alimentari, consentire un modello circolare e ridurre al minimo viaggi e trasporti, possiamo presumere che avranno un impatto significativo sull'uso efficiente di risorse come energia, acqua, alimentare e dei trasporti nel settore dell'ospitalità. (Youssef, AB, Zeqiri, A., 2022).

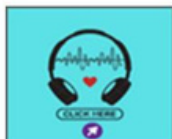
La seconda parte del modello mostra che l'efficienza energetica, l'efficienza nell'uso dell'acqua, la riduzione degli sprechi alimentari ela circolarità sono collegate. In primo luogo, l'implementazione dell'Ospitalità circolare 4.0 avrà un effetto significativo sull'aumento dell'efficienza nell'uso di energia eacqua esulla riduzione degli sprechi alimentari. L'ospitalità circolare ridurrà anche i costi.

L'applicazione delle nuove tecnologie sta rendendo possibile il riutilizzo eil riciclo delle risorse, riducendo così gli sprechi ei costi eaumentando l'efficienza. Allo stesso tempo, le tecnologie dell'Industria 4.0 aiutano aridurre le emissioni di carbonio e sono meno dannose per l'ambiente. In secondo luogo, la riduzione degli sprechi alimentari aumenterà l'efficienza energetica e l'uso dell'acqua. Cibo, energia eacqua sono collegati equanto più cibo viene prodotto epreparato, tanto più energia e acqua vengono consumate. L'uso di tecnologie per ridurre gli sprechi alimentari aumenterebbe l'efficienza idrica ed energetica.

In terzo luogo, un utilizzo più efficiente dell'acqua avrà un'influenza significativa sull'aumento dell'efficienza energetica. (Youssef, AB, Zeqiri, A., 2022).

Infine, tutti questi aspetti miglioreranno le prestazioni aziendali. Il potenziale delle tecnologie dell'Industria 4.0 va oltre la lotta al cambiamento climatico e migliora le prestazioni aziendali riducendo icosti di energia, acqua esprechi alimentari. Oltre all'ospitalità circolare 4.0 ealla riduzione di viaggi etrasporti, ciò ridurrà enormemente le emissioni di gas serra. (Youssef, AB, Zeqiri, A., 2022).

Il collegamento al Modello: (Youssef, AB, Zeqiri, A., 2022). Recuperato da <https://link.springer.com/article/10.1007/s43615-021-00141-x/figures/2>



44. Progresso tecnologico derivante dalle pratiche di digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile

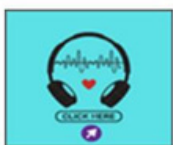
Nell'ambito del settore dell'ospitalità le tecnologie digitali sono essenziali per supportare le attività di molti sottosectori. (Naikoo, 2022) Il settore dell'ospitalità fa ampio uso della tecnologia per affrontare questioni quali l'efficienza operativa, gli orari di lavoro non sociali e le spese del lavoro. In questo mercato incentrato sul cliente e fortemente competitivo, le tecnologie sono diventate componenti essenziali sia delle operazioni che della gestione strategica. (Leung, 2021)

Il primo sistema automatico di prenotazione alberghiera nato negli anni '50.

Le catene alberghiere internazionali hanno creato propri sistemi centrali di prenotazione per facilitare le prenotazioni alberghiere transfrontaliere. I programmi orientati al funzionamento e le apparecchiature in camera gestite dagli ospiti erano importanti nei decenni precedenti l'era di Internet, ma per collegarli erano necessarie interfacce proprietarie costose e appositamente sviluppate. Una più ampia distribuzione e una maggiore trasparenza dei prezzi sono state possibili grazie a Internet. Uno dei compiti più difficili per i revenue manager è gestire molti punti vendita Internet. Il posizionamento sui motori di ricerca ha un impatto sulla competitività degli hotel. I moderni metodi di gestione della reputazione degli hotel sono stati alterati dal passaparola elettronico. (Leung, 2021)

Al giorno d'oggi il progresso tecnologico ha svolto un ruolo significativo nello sviluppo del settore dell'ospitalità poiché anche il comportamento dei consumatori è cambiato. Le innovazioni sono cruciali nel settore dell'ospitalità per aumentare la produttività, promuovere la fidelizzazione degli ospiti e migliorare l'efficienza (Elkhwesky, El Manzani e Elbayoumi, 2022). La pandemia di Covid-19 ha stimolato lo sviluppo tecnologico nel settore dell'ospitalità e ha cambiato in modo irreversibile il modo in cui i processi sono organizzati all'interno del settore. Una delle sfide per l'implementazione del progresso tecnologico nel settore dell'ospitalità è rappresentata dalle differenze tra le imprese a catena e quelle indipendenti. Per le imprese della catena ci sono più risorse per creare, esplorare e successivamente implementare le tecnologie sviluppate nella realtà.

Al giorno d'oggi il settore dell'ospitalità è impossibile senza pagamenti contactless, chiavi mobili, chatbot, realtà virtuale e tecnologie di riconoscimento. Queste tecnologie sono richieste dai consumatori, che fanno parte della nuova realtà. In un prossimo futuro, nel settore dell'ospitalità, i servizi forniti dagli esseri umani saranno esclusivi.

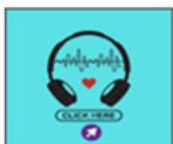


45. Revisione esintesi sugli sviluppi mondiali nella digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile: il mondo

Per le imprese innovative, l'efficienza dell'interattività è di fondamentale importanza per il successo della propria attività. Il rapido sviluppo delle soluzioni ICT ha portato enormi cambiamenti nel settore del turismo. In precedenza, il processo decisionale dei consumatori era influenzato principalmente dall'ambiente industriale. L'era degli spazi turistici digitali – preceduti dai parchi a tema e dalle destinazioni tematiche – è iniziata con l'emergere dei siti web di informazione; tuttavia, questo flusso di informazioni mirato era unidirezionale con scelte ristrette. Nell'era digitale di oggi, la nuova generazione di attività commerciali si svolge in spazi VR o AR e l'analisi istantanea delle reazioni e del comportamento del cliente supporta il miglioramento della sua disponibilità all'acquisto. I tradizionali processi decisionali vengono progressivamente sostituiti con offerte personalizzate, aumentando ulteriormente l'importanza dell'intelligenza artificiale. (Zsarnoczky, M., 2018).

Con lo sviluppo dell'economia condivisa, viene posta maggiore enfasi sul benessere sociale, poiché l'esperienza dell'utente diventa lentamente più importante della proprietà. Questo nuovo approccio si esprime anche in nuove forme di pagamento, che possono ridurre seriamente i profitti delle attività intermedie. Le nuove tendenze non sembrano essere problematiche nel settore del turismo, soprattutto perché in questo settore i costi e i ricavi esatti non sono ancora chiaramente visibili. D'altra parte, lo sviluppo di qualità della tecnologia di stampa 3D rappresenta una grande opportunità per il settore del turismo e dell'ospitalità. Lo sviluppo della digitalizzazione ha finalmente raggiunto un livello tale da poter realmente sostenere l'economicità e la sostenibilità della produzione alimentare industriale, aprendo la strada al futuro delle imprese del turismo e dell'ospitalità. (Zsarnoczky, M., 2018).

Nei decenni precedenti, i risultati dello sviluppo digitale hanno aperto la porta all'implementazione nella vita reale delle teorie dell'economia condivisa. Sono passati quasi dieci anni da quando Chris Anderson (2009) ha introdotto la sua teoria dei prezzi nella digitalizzazione, suggerendo sostanzialmente di regalare prodotti gratuitamente, sulla base del principio di condivisione di beni e risorse. Sebbene all'epoca la teoria di Anderson fosse considerata una soluzione tecnologica, il principio della condivisione digitale ha indotto anche seri cambiamenti sociali. Uno dei messaggi positivi più importanti dell'economia condivisa è il massimo utilizzo delle capacità delle risorse ai fini del benessere sociale (Sundararajan, 2014). (Zsarnoczky, M., 2018).



Secondo le previsioni delle strategie di sviluppo dei prodotti in vari settori, in futuro quasi tutti gli oggetti e le attrezzature di uso quotidiano saranno accessibili tramite Internet.

Di conseguenza, tutti i dispositivi in grado di comunicare in due direzioni rientreranno nell'ambito dell'IoT (Internet of Things). I dispositivi del futuro, a differenza di quelli di oggi, comunicheranno in modo bidirezionale, dove la gestione solida e sicura dei dati, la differenziazione personalizzata e un'adeguata gestione delle decisioni faranno parte dell'esperienza dell'utente. Come risultato della continua raccolta di dati durante l'utilizzo di questi dispositivi, tutte le informazioni rilevanti finiranno infine in un sistema centralizzato finale nella parte superiore del set di dati. (Zsarnoczky, M., 2018).

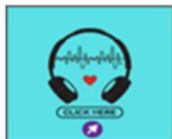
I più recenti sviluppi tecnologici e l'innovazione nell'uso degli spazi abitativi sono tutti collegati alle opzioni di pagamento alternative che possono essere utilizzate anche nel turismo.

L'emergere di Bitcoin e di altre criptovalute ha portato alla creazione di un nuovo sistema di pagamento. Il sistema di pagamento Blockchain è un database condiviso, che registra un elenco in continua crescita di blocchi di dati, prevenendo qualsiasi contraffazione o alterazione dei dati.

Un blocco è costituito da un elenco di transazioni e dai risultati dei calcoli effettuati dai programmi memorizzati. Ad esempio, se un cliente acquista una criptovaluta o qualsiasi altro tipo di valuta e poi la trasferisce in qualsiasi parte del mondo a un altro partner, che la scambia immediatamente, entrambi i partner possono evitare qualsiasi perdita causata dalle fluttuazioni del tasso di cambio; inoltre, l'intera transazione richiede solo pochi minuti invece dei soliti due giorni lavorativi. Questa soluzione può significare un'opzione di pagamento innovativa e rivoluzionaria per tutti coloro che operano nel settore del turismo. (Zsarnoczky, M., 2018).

L'applicabilità del sistema blockchain è indipendente dai tassi di cambio. Nel caso delle criptovalute, non è il tasso di cambio che conta davvero –

il vero valore della moneta risiede invece nella sicurezza della tecnologia blockchain e nel sistema di registrazione autentico, trasparente, inalterabile e decentralizzato (Pilkington, 2016). Questo sistema di pagamento offre un nuovo livello di sicurezza della crittografia e un funzionamento senza interventi, inoltre i dati gestiti nel sistema non possono essere modificati in alcun modo. Un altro enorme vantaggio del sistema è che le transazioni vengono realizzate senza agenti intermedi, eliminando così eventuali costi di transazione aggiuntivi. Si prevede che al momento della "maturità" delle soluzioni di pagamento blockchain, i grandi intermediari di servizi di oggi come Airbnb, Booking.com, Agoda, ecc. perderanno parte delle loro posizioni di mercato, poiché i consumatori e i fornitori di servizi probabilmente gestiranno direttamente le loro transazioni. (Zsarnoczky, M., 2018).



46. Revisione esintesi sugli sviluppi regionali nella digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile: l'Unione europea

46.1. Iniziativa sul turismo intelligente

L'iniziativa Capitale europea del turismo intelligente riconosce i risultati eccezionali ottenuti dalle città europee come destinazioni turistiche in quattro categorie: sostenibilità, accessibilità, digitalizzazione, nonché patrimonio culturale e creatività. Questa iniziativa dell'UE mira a promuovere il turismo intelligente nell'UE, creare reti e rafforzare le destinazioni e facilitare lo scambio di migliori pratiche.

La Commissione Europea sta attuando l'iniziativa Capitale Europea del Turismo Intelligente. Attualmente è finanziato nell'ambito del programma COSME ed è il successore dell'Azione Preparatoria proposta dal Parlamento Europeo. IL

l'iniziativa ha lo scopo di:

Promuovere: promuovere la ricca offerta turistica dei paesi europei e aumentare il sentimento dei cittadini di condividere i valori legati al turismo locale.

Rafforzare: rafforzare lo sviluppo turistico innovativo e generato dal turismo nelle città, nei loro dintorni e nelle regioni vicine.

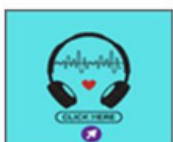
Aumentare: aumentare l'attrattiva delle città europee a cui è stato assegnato il titolo e rafforzare la crescita economica e la creazione di posti di lavoro.

Stabilire: stabilire un quadro per lo scambio di migliori pratiche tra le città e creare opportunità di cooperazione e nuovi partenariati.

Informare: informare i viaggiatori sulle pratiche turistiche sostenibili ed eccezionali nelle destinazioni che stanno visitando.

Incoraggiare: incoraggiare lo sviluppo socioeconomico sostenibile nelle destinazioni turistiche dell'Eurozona. (CE, 2022).

Ai fini del concorso Capitale Europea del Turismo Intelligente, le città sono state invitate a descrivere e condividere i loro progetti innovativi, idee e iniziative implementate in ciascuna delle quattro categorie di premio (**Accessibilità, Digitalizzazione, Sostenibilità, Creatività e Patrimonio Culturale**) che le hanno aiutato a migliorare il proprio profilo come destinazione turistica. Pertanto, **essere sostenibili** non significa solo gestire e proteggere le risorse naturali come città, ma **ridurre la stagionalità e includere la comunità locale**. **Turismo digitale significa offrire informazioni, prodotti, servizi, spazi ed esperienze innovativi nel settore del turismo e dell'ospitalità adattati alle esigenze dei consumatori attraverso soluzioni basate sulle ICT e strumenti digitali**. Si tratta di fornire informazioni digitali su destinazioni, attrazioni e offerte turistiche, nonché informazioni sui trasporti pubblici e di rendere accessibili digitalmente attrazioni e alloggi. (CE, 2022).



46.2. App ospite digitale

DigitalGuest , su digitalguest.com è la più potente app web personalizzata per l'esperienza degli ospiti che consente agli hotel di massimizzare i ricavi, ridurre le stampe e automatizzare la comunicazione durante l'intero viaggio degli ospiti.

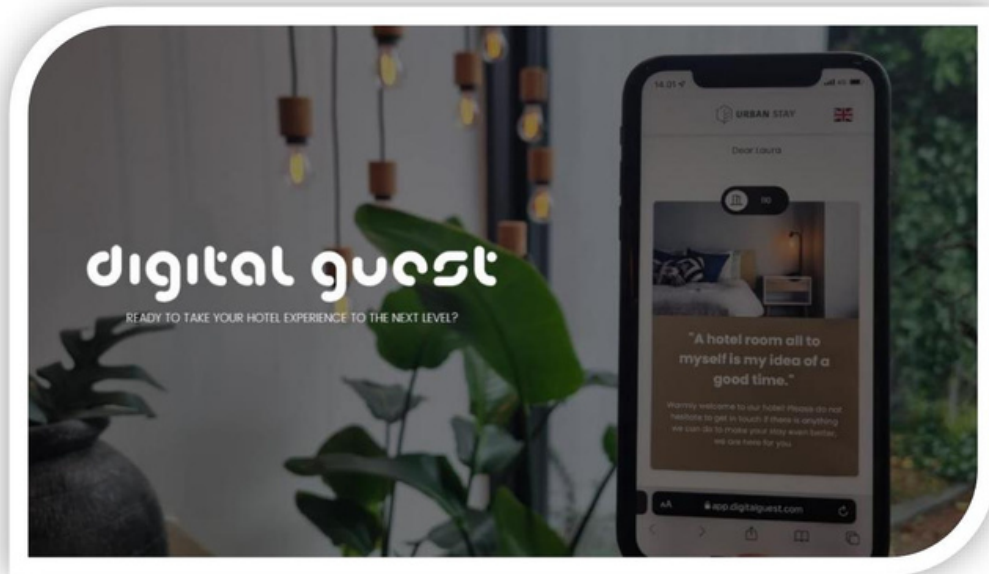
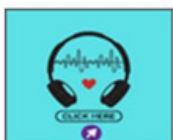


Figura 57, Ospite digitale

Aiutiamo gli hotel a migliorare la soddisfazione degli ospiti, offrendo comunicazione con i propri ospiti già prima del soggiorno con un messaggio di benvenuto personalizzato. È possibile personalizzare e indirizzare il flusso di e-mail e SMS in base al tipo di camera, al codice tariffa o al profilo dell'ospite e offrire offerte speciali, come upgrade di camera, servizi di parcheggio e pacchetti colazione.

L'ospite potrà accedere a tutte le informazioni dell'hotel, contattare la reception e ordinare il servizio in camera direttamente dal proprio smartphone. Ciò consente agli ospiti di dedicare più tempo a godersi il soggiorno, piuttosto che preoccuparsi di trovare la password del wi-fi o l'ora della colazione.

La piattaforma è completamente integrata in diversi sistemi PMS, il che significa che l'intero percorso dell'ospite dal pre al post soggiorno è completamente automatizzato. Nel complesso, DigitalGuest ti consente di condividere informazioni preziose con i tuoi ospiti e aumentare le entrate derivanti dai clienti esistenti attraverso la nostra piattaforma digitale. Il nostro sistema porterà la tua ospitalità a un livello superiore attraverso upselling personalizzato, approfondimenti unici sugli ospiti, servizio in camera digitale e comunicazione online con i tuoi ospiti.



47. Revisione esintesi sugli sviluppi regionali nella digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile: Cipro

Nel mezzo di tre continenti, Europa, Asia e Africa, Cipro è diventata una destinazione molto nota per i turisti. Il suo desiderabile clima salubre e le numerose spiagge dorate combinate con la storia di 10.000 anni, sono una destinazione avventurosa per un'ampia varietà di mercato turistico di tutte le età e classi. Trovandosi in una posizione in cui si svolgevano il commercio e l'ospitalità come continuità, gli abitanti acquisirono la professionalità e l'esperienza necessarie per diventare esperti nell'offrire un servizio eccellente ai visitatori.

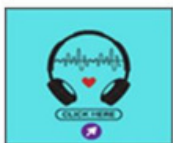
Cipro è un piccolo paese insulare che dal 2004 e dal 2008 ha aderito rispettivamente all'Unione Europea e all'Eurozona. È un paese che ha mostrato una notevole resilienza ed è riuscito a rialzarsi dopo la recessione economica del 2008 e la crisi del 2013. Dal 2015, Cipro ha registrato una ripresa impressionante, sperimentando una delle crescite economiche più rapide nell'UE nel corso degli ultimi cinque anni. La crescita del PIL è stata in media del 4,5% annuo, rispetto a una media dell'UE27 dell'1,7% annuo (Piano di ripresa e resilienza di Cipro, 2021). Ma una delle sfide di lunga data dell'economia di Cipro è che la crescita economica si è basata su settori specifici: edilizia, servizi immobiliari, viaggi e

il turismo e il commercio all'ingrosso e al dettaglio costituiscono il 70% del PIL del paese.

L'isola ha attirato quasi 4 milioni di turisti nel 2019 e ha generato entrate per 2,683 miliardi di euro (Cystat, 2022), con un leggero aumento dell'1% rispetto all'anno precedente. Il settore contribuisce per circa il 20% al Prodotto Interno Lordo (Viceministero del Turismo 2019).

Se confrontiamo l'aumento degli arrivi e la leggera diminuzione delle entrate (-1%) vediamo chiaramente che Cipro sta affrontando un problema di competitività e non ha la capacità di attrarre visitatori più facoltosi. Cipro è una destinazione matura che deve riposizionarsi sulla mappa turistica mondiale e gestire le proprie risorse in modo più sostenibile. Parte della risposta alla questione di cui sopra può essere la digitalizzazione dell'economia e di conseguenza del settore dell'ospitalità e lo sviluppo sostenibile.

Le autorità intendono utilizzare il Piano di ripresa e resilienza di Cipro 2021-2026 per investire massicciamente nella digitalizzazione dell'economia e trasformare Cipro in una destinazione verde.



47.1. Pratiche di sostenibilità aCipro

Il settore alberghiero continua la sua crescita impressionante con l'apertura di oltre 16 nuovi hotel previsti entro il 2022 nei prossimi anni in tutta l'isola, tra cui hotel di lusso, di fascia alta, boutique e casinò (Inbusiness, 2022).

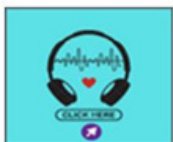
La sostenibilità è una questione che figura nell'agenda delle parti interessate del settore dell'ospitalità ormai da molti anni, ma è ancora una questione che è nella sua fase iniziale o non molto ben comunicata (Efthymiou et al., 2022). Cipro, come parte dell'Unione Europea dal 2004, ha fissato obiettivi ambiziosi per raggiungere il 32% di energia verde entro il 2030 (Parlamento Europeo, 2017).

In questo contesto, l'industria alberghiera cipriota ha introdotto una serie di iniziative nel tentativo di diventare più verde e sostenibile e anche di migliorare la propria competitività ed efficienza. L'efficienza energetica è una priorità assoluta, soprattutto nell'era dei costi energetici elevati che stiamo attraversando. Sistemi di riscaldamento e raffreddamento, in relazione all'occupazione e all'uso delle stanze. Anche l'illuminazione è un grande sistema di consumo energetico negli hotel ed è probabilmente il più semplice da gestire. Alcune delle priorità e delle iniziative in corso sono le seguenti:

- Riduzione e adattamento delle emissioni di gas serra;
- Gestione efficace dei rifiuti liquidi e solidi;
- Tutela delle risorse idriche;
- Mantenere e valorizzare la biodiversità;
- Miglioramento dell'efficienza delle risorse;
- Transizione verso l'economia verde e il mercato del lavoro verde
- Integrazione della dimensione ambientale nelle attività di sviluppo

(fonte: Ministero degli Affari Esteri, 2017)

Ci sono però problemi nell'attuazione delle politiche di cui sopra che derivano principalmente dall'aspetto economico e dalla cultura locale. In particolare, molte imprese, compresi gli hotel, si trovano ad affrontare problemi di accesso al capitale e pertanto non possono permettersi di investire in tecnologie più ecologiche (Malindretos et al., 2014). Inoltre, l'informazione e la formazione sulle questioni ambientali sono limitate e molti credono ancora che sia compito del governo affrontare le sfide ambientali. Ma sempre più ci si rende conto che se le loro aziende non diventano più sostenibili perderanno la loro base di clienti (Efthymiou, L. et al., 2022).



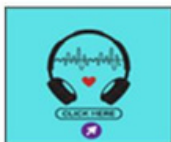
47.2. Le sfide della digitalizzazione a Cipro

La trasformazione digitale del settore turistico cipriota sta progredendo rapidamente ma rimane al di sotto della media UE nell'indice dell'economia e della società digitale che l'Unione europea rende pubblico ogni anno (kathimerini,2022). Cipro resta indietro rispetto all'obiettivo dell'UE di raggiungere il 75% delle aziende entro il 2030 che utilizzeranno servizi cloud e intelligenza digitale. Al momento solo il 3% delle aziende cipriote utilizza tecnologie di intelligenza artificiale, mentre una su tre utilizza Internet. Si tratta comunque di un valore superiore alla media europea. Le società alberghiere cipriote hanno molto da guadagnare dall'introduzione della digitalizzazione poiché possono compensare molti svantaggi derivanti dalle loro piccole e medie dimensioni.

La comunicazione del marketing digitale e lo sviluppo sostenibile possono aiutarli a migliorare la loro immagine pubblica e il loro accesso al pubblico. Le tecnologie digitali possono essere utilizzate anche per aumentare la consapevolezza riguardo alle iniziative di sostenibilità che sono in corso o sono in fase di realizzazione. Le aziende alberghiere possono promuovere i progetti green che stanno realizzando e creare consapevolezza per il settore. Cipro è già in una buona posizione per competere e promuoversi come destinazione verde poiché ha vinto premi per le sue spiagge e il suo ambiente pulito (ad esempio il premio per le 100 migliori destinazioni verdi per Paphos nel 2022).

Le autorità locali e i leader del settore sono consapevoli dell'importanza della trasformazione digitale. Loizidis, presidente dell'Associazione alberghiera cipriota, ha sottolineato che "la trasformazione digitale e l'innovazione dovrebbero essere viste come una priorità in un paese per il quale il turismo è un pilastro fondamentale della crescita" (stockwatch, 2018). Ha affermato che il turismo può contribuire allo sviluppo sostenibile creando il collegamento tra sostenibilità e trasformazione digitale. Sono in atto sforzi per investire nelle competenze digitali e nelle nuove tecnologie per offrire servizi digitali di alta qualità. Il "Consulente per il turismo digitale" fa parte del progetto "dTour" finanziato dal programma Erasmus+ dell'Unione Europea. Il progetto dTour è un'iniziativa dell'UE volta a supportare le aziende del turismo e dell'ospitalità nella fornitura di servizi digitalizzati di alta qualità alle piccole e medie imprese

con focus su alberghi e alloggi.



48. Revisione esintesi sugli sviluppi regionali nella digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile: Italia

Negli ultimi anni, dopo il periodo buio della crisi economica mondiale, si è constatato che l'andamento della domanda edell'offerta di servizi turistici si è notevolmente ripreso, e i tassi di crescita del settore segnano anno dopo anno un sostanziale incremento. In un certo senso il mercato sta sfruttando le molteplici possibilità offerte dai nuovi sistemi di comunicazione e dai servizi sempre più innovativi.

Le innovazioni tecnologiche, quindi, intervengono principalmente nella produzione turistica nel senso di: 1) consentire un livello operativo ottimale, attraverso la digitalizzazione di dati e informazioni, per connettere tutte le relazioni responsabili dell'intera catena del valore;

2) consentire all'azienda di inserirsi nel proprio contesto imprenditoriale in modo competitivo.

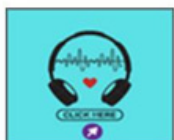
Le implicazioni connesse a questi due punti si rivelano nella complessità del sistema turistico e nella multidimensionalità degli effetti prodotti sull'economia e sulla società. Nell'ottica della digitalizzazione come aspetto significativo di ogni attività di gestione e di scambio di informazioni, si evince che le imprese turistiche oggi devono fare i conti soprattutto con un mutato atteggiamento dei clienti, che hanno cambiato orientamenti e abitudini, soprattutto per quanto riguarda scelta degli strumenti da utilizzare per orientare il proprio soggiorno. È noto, infatti, che quanto più gli individui riescono ad utilizzare gli strumenti digitali messi a disposizione dal WEB, siano essi i motori di ricerca generalisti o settoriali, o gli stessi social network, tanto più le aziende del settore devono inserirsi in questo sistema competitivo. e offrire servizi di comunicazione sempre più sofisticati a quei potenziali clienti.

Dai dati edalle tendenze analizzati in questo libro emerge che è impossibile parlare di turismo e viaggi senza parlare di innovazione digitale. Quando parliamo di “digitalizzazione dei viaggi” e Innovazione Digitale nel Turismo, ci riferiamo atutto quell'insieme di innovazioni di servizio e di processo che hanno un impatto economico-organizzativo sull'attività dei tour operator.

La competitività del settore in Italia è infatti sempre più influenzata dall'utilizzo delle tecnologie digitali, sia nel rapporto con il turista che nella gestione dei servizi. Il turismo digitale si definisce quindi all'interno di questi ambiti: inuovi bisogni del turista, l'estensione spazio-temporale del viaggio, le diverse modalità di interazione tra gli attori el'integrazione dei servizi turistici esperienziali.

Tra le riforme ei piani di investimento previsti dal PNRR (Nazionale

Recovery and Resilience Plan), ribattezzato piano “Italia Domani”, ce ne sono diversi che prevedono benefici per aziende che operano in diversi settori, tra cui



turismo. Un piano ambizioso che avrà a disposizione risorse economiche per oltre 191 miliardi di euro, finanziate attraverso la Recovery and Resilience Facility (RRF), nell'ambito del programma EU Next Generation.

Oltre ad altri 30,6 miliardi di euro di risorse nazionali, che confluiscono in uno speciale fondo complementare finanziato attraverso lo scostamento di bilancio approvato dal Consiglio dei ministri lo scorso aprile esecutivamente autorizzato dal Parlamento. Un totale di circa 222 miliardi, ai quali si aggiungono anche i 13 miliardi del Recovery Assistance Package per la Coesione e i Territori d'Europa (REACT-EU).

Digitalizzazione e altri assi strategici

Questi fondi andranno a finanziare una serie di interventi che ruotano attorno a tre assi strategici: digitalizzazione e innovazione; transizione ecologica; integrazione sociale. Entrando più nel dettaglio, il PNRR è suddiviso in sedici componenti, raggruppate in sei missioni:

- Digitalizzazione, innovazione, competitività e cultura.
- Rivoluzione verde e transizione ecologica.
- Infrastrutture per la mobilità sostenibile.
- Formazione e ricerca.
- Inclusione e coesione.
- Salute.

Verso un'offerta turistica innovativa

Per quanto riguarda il settore del turismo, il piano "Italia domani" prevede una serie di investimenti per potenziare le strutture ricettive e i servizi turistici.

Aumentando la capacità competitiva delle imprese e promuovendo un'offerta turistica basata sulla sostenibilità ambientale, sull'innovazione e sulla digitalizzazione dei servizi.

Anche adottando nuovi modelli di organizzazione del lavoro che saranno supportati anche da percorsi formativi per rafforzare le competenze digitali degli operatori del settore turistico.

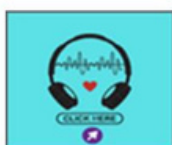
Si cercherà inoltre di sfruttare appieno le potenzialità dei grandi eventi che interesseranno il Paese, tra cui il Giubileo del 2025, creando rotte alternative e integrate verso tutte le regioni.

Gli strumenti di azione utilizzati saranno costituiti da:

– in un credito d'imposta per le strutture ricettive così da aumentare la qualità dell'ospitalità turistica attraverso investimenti diretti nella sostenibilità ambientale (fonti rinnovabili e minor consumo energetico), nella riqualificazione e nell'incremento degli standard qualitativi delle strutture ricettive italiane anche sotto il profilo della digitalizzazione;

– nella creazione di una "Sezione Speciale Turismo" del Fondo Centrale di Garanzia al fine di facilitare l'accesso al credito per gli imprenditori che gestiscono un'attività esistente o per i giovani che intendono avviare un'attività in proprio.

– negli incentivi all'aggregazione delle imprese turistiche;

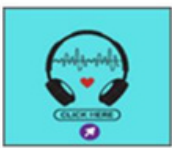


– in un rafforzamento del Fondo Nazionale del Turismo per la riqualificazione degli immobili ad alto potenziale turistico e degli hotel iconici al fine di valorizzare l'identità dell'ospitalità italiana di eccellenza e favorire l'ingresso di nuovi capitali privati;

– in un rafforzamento del Fondo BEI per il turismo sostenibile (il Fondo può raccogliere capitali attraverso la partecipazione ad iniziative delle istituzioni finanziarie europee per concedere prestiti agevolati al settore del turismo);

– nella partecipazione del Ministero del Turismo nella capitale della Nazionale Fondo Turismo, creando un fondo di fondi immobiliari con l'intento di acquistare, rinnovare e riqualificare strutture alberghiere italiane (1.500 camere d'albergo), tutelare immobili strategici e di prestigio esostenere la ripresa e la crescita delle catene alberghiere operanti in Italia, soprattutto in il meridionale le zone.

Come è stato più volte sottolineato, anche da parte delle istituzioni, è sempre più diffusa la consapevolezza che le misure a sostegno degli interventi per la digitalizzazione delle imprese vanno di pari passo con quelle a sostegno dell'efficienza energetica. Anche perché entrambe le tecnologie sono in grado di fornire i migliori risultati in termini di miglioramento della produttività e riduzione dei consumi, quando sono integrate tra loro.



49. Revisione esintesi sugli sviluppi regionali nella digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile: Lettonia

La Lettonia è una forte sostenitrice dell'Agenda 2030 sugli obiettivi di sviluppo sostenibile (SDG). In qualità di membro del Consiglio per gli affari economici e sociali delle Nazioni Unite (ECOSOC), la Lettonia promuove la necessità di accelerare l'attuazione dell'Agenda 2030 e sottolinea le questioni legate allo sviluppo sostenibile come l'azione per il clima e la cooperazione digitale. La Lettonia ha presentato la prima revisione nazionale volontaria dei risultati ottenuti in termini di obiettivi di sviluppo sostenibile al forum politico di alto livello delle Nazioni Unite sullo sviluppo sostenibile del 2018. La Lettonia è membro del Gruppo ONU degli Amici del Volontariato Nazionale Recensioni.

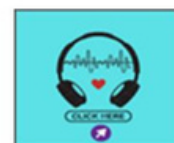
A livello nazionale, le azioni di sviluppo sostenibile sono parte integrante del piano di sviluppo nazionale della Lettonia 2021-2027. Maggiori informazioni sono disponibili sul sito web del Centro di coordinamento intersettoriale della Repubblica di Lettonia.

49.1. Cluster tecnologico verde

Green-Tech Cluster o Green and Smart Technology Cluster è un'organizzazione sviluppata per la cooperazione intersettoriale che riunisce aziende, istituti di istruzione e ricerca, nonché altre organizzazioni che operano parzialmente o completamente nei settori delle tecnologie verdi e intelligenti. Il cluster comprende industrie importanti per lo sviluppo sostenibile della Lettonia, che sono anche settori prioritari della strategia di specializzazione intelligente: ingegneria meccanica e ingegneria, tecnologia dell'informazione e della comunicazione e tecnologia spaziale, edifici ad alta efficienza energetica, produzione efficiente e materie prime rispettose dell'ambiente. Questa sinergia garantisce un uso efficiente delle risorse disponibili e consente di farlo raggiungere lo sviluppo più efficiente dell'ambiente economico lettone. Cluster riunisce una delle aziende in più rapida crescita con una quota significativa di esportazioni e potenziale per lo sviluppo dell'economia lettone nei settori prioritari.

49.2. SOLUZIONI PER L'OSPITALITÀ: DEDGE IN LETTONIA

D-EDGE è il fornitore di tecnologia per la distribuzione alberghiera n. catene nel mondo.



D-EDGE offre soluzioni per:

SISTEMA DI PRENOTAZIONE CENTRALE

- Motore di prenotazione •
- Channel Manager •Inventario centrale •Soluzioni GDS

- Soluzioni di pagamento

HUB DI CONNETTIVITÀ

- Connettività PMS •
- Connettività RMS •
- Connettività di distribuzione •
- Connettività di pagamento •
- Connettività CRS •
- Connettività CRM

INTELLIGENZA DEI DATI

- Monitoraggio dei prezzi
- Raccomandazione sui prezzi
- Analisi delle prestazioni

CREAZIONE SITO WEB

- Sviluppo di siti Web
- Creazione di contenuti
- Produzione di media

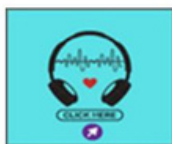
MEDIA DIGITALI

- Search Marketing
- Display Marketing

- Social Marketing

GESTIONE OSPITI

- Metasearch Marketing
- Piattaforma centrale di gestione dei dati



50. Revisione esintesi sugli sviluppi regionali nella digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile: Spagna

Il settore dell'ospitalità è fondamentale per l'economia e la cultura spagnola, ma è anche uno dei più colpiti dalla pandemia.

In relazione ai progressi della digitalizzazione nel settore dell'ospitalità in Spagna, la Federazione spagnola dell'ospitalità e della ristorazione, nella sua indagine annuale sul settore, afferma che l'81% dei ristoranti e degli hotel in Spagna sono presenti nei social network e quasi il 76% ha un sito web. Questi dati mostrano che il settore dell'ospitalità spagnolo è attualmente in una posizione avanzata in termini di digitalizzazione.

Lo afferma lo studio sulla digitalizzazione del settore alberghiero realizzato da Hostelería de España insieme a quattro dei principali fornitori del settore: Coca-Cola, Mahou San Miguel e Pernod Ricard España. I risultati mostrano che a causa della pandemia i dati sull'occupazione, sul numero degli stabilimenti e sul fatturato sono notevolmente peggiorati.

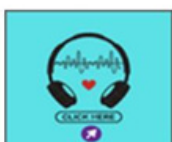
Lo studio conclude inoltre che la digitalizzazione è oggi uno strumento chiave per il settore e che le principali motivazioni che spingono il settore dell'ospitalità a passare al digitale sono focalizzate sulla riattivazione della domanda, mentre i principali ostacoli sono, per più della metà degli albergatori, soprattutto nei bar, bar e ristoranti, la mancanza di budget e la mancanza di conoscenze e di formazione adeguata.

Gli strumenti digitali e la rivoluzione portata dalle app sui dispositivi mobili hanno cambiato anche la percezione degli utenti nei confronti di hotel e ristoranti.

Le strutture alberghiere e di ristorazione stanno attualmente affrontando una sfida digitale in Spagna, adattandosi sia ai sistemi di gestione delle prenotazioni online che ai sistemi basati sulla reputazione online. Inoltre, poco più della metà degli albergatori e dei ristoratori sono presenti nei sistemi di reputazione online e va tenuto conto del seguente dato: il 60% degli utenti che prenotano un ristorante con un'app lasciano una recensione.

Questi sistemi sono ben noti a tutti. Nel settore dell'ospitalità troviamo siti come Booking (uno dei più utilizzati in Europa e negli Stati Uniti), Expedia e Trip Advisor.

Anche il settore della ristorazione ha subito grandi cambiamenti negli ultimi anni. Quando parliamo di digitalizzazione non parliamo solo di applicazioni dedicate alle prenotazioni da cellulare o da computer, ma anche di consegna di cibo a domicilio o di offerte speciali e programmi di gestione automatizzata che puntano sia sulla relazione con il cliente che sulla trasformazione delle operazioni aziendali. Gli strumenti digitali di maggior successo in Spagna tra le imprese sono soprattutto quelli di pertinenza



al rapporto diretto con la clientela (metodi di pagamento, rete wifi, lettere QR code).

Secondo un recente studio realizzato da Conectadhos, piattaforma guidata da Hostelería de España e composta dai principali marchi fornitori del settore, il grado di maturità digitale nel settore alberghiero e della ristorazione è basso, attestandosi a 4,48 su 10. Il 60% degli intervistati investe almeno l'1% del proprio fatturato in strumenti o iniziative per digitalizzare la propria attività e un'alta percentuale esprime interesse per il digitale, ma il problema principale è la mancanza di budget.

Di fronte a questa situazione, Hostelería de España si impegna a fornire alle aziende del settore l'accesso a Kit Digital, che cerca di ridurre al minimo le barriere tra i livelli di maturità digitale, ottenendo una trasformazione strutturale e competitiva, attraverso l'implementazione dei Fondi di Prossima Generazione.

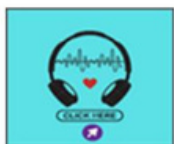
In termini di sostenibilità, secondo un articolo della rivista spagnola Hostelería Digital, la Spagna produce 7,7 milioni di tonnellate di rifiuti alimentari, di cui il 12% è generato dal settore dell'ospitalità (840.000 tonnellate), una cifra molto inferiore ad altri anelli della catena di produzione o consumo, come le famiglie, dove viene prodotto il 53% dei rifiuti, o l'industria agroalimentare, con il 19% della produzione di rifiuti.

Il Cluster di Sostenibilità organizzato dall'Industria alberghiera e della ristorazione spagnola ha analizzato anche il futuro sostenibile del settore alberghiero e della ristorazione, concentrandosi su tre aspetti specifici dell'ampio spettro di azioni che possono essere intraprese: la riduzione e la gestione della plastica, la riduzione degli alimenti e rifiuti e decarbonizzazione.

Un altro aspetto importante da evidenziare sulla sostenibilità dell'industria alberghiera spagnola è che sta guidando la lotta contro il cambiamento climatico nel suo settore attraverso un'iniziativa pionieristica nel mondo che consente a bar e ristoranti impegnati per l'ambiente di ridurre l'impatto della loro attività riducendo le emissioni. Hostelería #PorElClima, lanciata nel 2017 da Ecodes e Coca-Cola, con la collaborazione strategica di Hostelería de España, è una piattaforma virtuale che aiuta i ristoratori fornendo loro informazioni per aiutarli a raggiungere l'obiettivo di diventare spazi più sostenibili e ridurre le emissioni di carbonio.

Secondo Hostelería de España, "la sostenibilità e la riduzione dell'impronta di carbonio sono tra le priorità del settore nell'immediato futuro. Il settore alberghiero e della ristorazione deve affermare il suo importante peso sociale, poiché oltre all'impatto delle azioni dirette che possono essere realizzate dalle 300.000 strutture alberghiere e di ristorazione spagnole, vi è anche l'effetto moltiplicatore che

la visualizzazione di queste piccole azioni può avere sui milioni di clienti che visitano esercizi alberghieri e di ristorazione quotidianamente".



51. CASI STUDIO di Digitalizzazione dell'Ospitalità Sostenibile: Italia

Il turismo, nel suo senso economico, è tra le industrie più importanti del mondo. Questo vale ovviamente per l'Italia, innanzitutto per le sue ricadute su Pil e occupazione, e poi, in termini di contributo imprenditoriale, aspetto forse meno considerato: sono infatti centinaia di migliaia i piccoli imprenditori e operatori del settore che contribuiscono alla creazione di benessere nelle aree turistiche di cui il Paese è ricco.

Prima della crisi sanitaria, il turismo rappresentava il 13,2% del Prodotto Interno Lordo nazionale (pari a oltre 232 miliardi di euro) e rappresentava il 14,9% dell'occupazione totale, per un totale di 3,5 milioni di addetti. (Fonte ISTAT)

Con l'insorgere dell'emergenza, l'impatto del settore turistico sulla caduta del Pil è stato molto forte. Basti pensare come il Valore Aggiunto Turistico (Iva) generato direttamente dalla domanda dei visitatori si è fermato, nel 2020, a 67,6 miliardi di euro (4,5% del valore aggiunto totale e 4,1% del Pil), ben 63,7 miliardi di euro in meno rispetto al 2019.

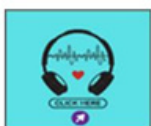
Turismo e PNRR, cosa prevede il Piano?

Proprio per l'importanza del Turismo per l'economia italiana, il settore è al centro di un importante piano di riforme all'interno del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (c.d. PNRR). In particolare la Mission 1 del Piano, intitolata non a caso 'Digitalizzazione, Competitività, Cultura e Turismo'. La Missione prevede lo stanziamento di 2,4 miliardi di euro a favore di una strategia di sostegno e rilancio del turismo basata sulla valorizzazione del patrimonio culturale e turistico e sulla digitalizzazione. Tra gli interventi previsti nel quinquennio 2021-2026 figurano la creazione di un polo turistico digitale e una serie di fondi integrati per rilanciare la competitività delle imprese.

Dai dati e dai trend analizzati in questo libro emerge quanto sia impossibile parlare di Turismo e Viaggi senza parlare di Innovazione Digitale. Quando parliamo di "digitalizzazione del viaggio" ed innovazione digitale nel turismo ci riferiamo a tutti quegli insiemi di innovazioni di servizio ed i processi che hanno un impatto economico-organizzativo sull'attività dei tour operator.

La competitività del settore è sempre più influenzata dall'utilizzo delle tecnologie digitali, sia nei rapporti con i turisti che nella gestione dei servizi.

Il turismo digitale si definisce quindi all'interno di questi ambiti: i nuovi bisogni del turista, l'estensione spazio-temporale del viaggio, le diverse modalità di interazione tra gli attori e l'integrazione dei servizi turistici esperienziali.



Quali sono allora le principali soluzioni digitali al servizio del turismo? Come in altri settori, anche nel turismo e nel settore culturale la valorizzazione dei dati sta diventando centrale al fine di raccogliere, gestire e utilizzare i dati in modo strategico. In questo contesto emergono anche soluzioni di cybersecurity e protezione dei dati, ormai essenziali per qualsiasi azienda. Anche le soluzioni contactless stanno diventando sempre più numerose, accelerate soprattutto dalla necessità di distanziamento sociale, ad esempio: opzioni di pagamento mobile (Apple Pay, Google Pay) o a remoto (Pay-by-link), dispositivi di domotica, assistenti virtuali o self-check-in nei sistemi.

Gestore del canale. Uno strumento di integrazione dei diversi canali distributivi online che permette di mettere in vendita ogni camera di una struttura ricettiva contemporaneamente su tutti i canali con cui la struttura è collegata.

Acquista ora, paga dopo. Servizio che permette di acquistare qualcosa, spesso online, e di pagare poi in un'unica soluzione o a rate, grazie a finanziamenti a breve termine senza interesse.

Automazione del marketing. Software che consente di automatizzare attività ripetitive di marketing online come il monitoraggio delle visite al sito web.

Imballaggio dinamico. Metodo utilizzato nella prenotazione di pacchetti vacanza. Consente ai viaggiatori di creare il proprio pacchetto (volo, alloggio e noleggio auto) invece di acquistarne uno predefinito.

Sistema di gestione delle entrate. Sistema utilizzato per analizzare la domanda dei clienti, al fine di ottimizzare l'inventario e la disponibilità dei prezzi massimizzando la crescita dei ricavi, identificando la migliore strategia di prezzo.

Gestione delle relazioni con i clienti. Uno strumento che supporta la raccolta dei contatti e la gestione di tutte le relazioni e le interazioni di un'azienda con i clienti attuali e potenziali.

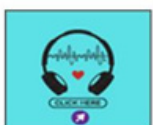
Sistema di prenotazione centrale. Software di gestione delle prenotazioni attraverso i canali di distribuzione utilizzato per aggiornare e archiviare informazioni sull'inventario e sui prezzi.

Sistemi di business intelligence. Strumenti che analizzano i dati attuali e storici per prendere decisioni migliori e implementare processi aziendali più efficienti.

Sistema di gestione della proprietà. Strumenti per gestire la pianificazione delle camere, il check-in e il check-out, il personale e la contabilità.

Motore di prenotazione. Strumento digitale di gestione delle prenotazioni dirette tramite la struttura sito web.

Apri il mercato B2b. Marketplace che permette alle strutture ricettive di vendere un servizio alle agenzie di viaggio senza ulteriori intermediari o convenzioni.



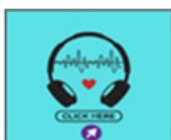
52. Casi di studio sugli effetti del Covid-19 sulla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile

Il Digital Economy and Society Index (DESI) è un indice composito che riassume gli indicatori rilevanti sulle prestazioni digitali dell'Europa e traccia l'evoluzione degli Stati membri dell'UE, attraverso cinque dimensioni principali: connettività, capitale umano, uso di Internet, integrazione della tecnologia digitale, Servizi pubblici.

Il DESI (Digital Economy and Society Index 2022) ha una struttura a tre livelli, come illustrato nella tabella seguente

Tabella 34: Il DESI (Digital Economy and Society Index 2022)

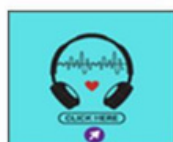
Dimensione	Sottodimensione	Indicatore
1 Capitale umano	1a Competenze dell'utente di Internet	1a1 Almeno competenze digitali di base 1a2 Al di sopra delle competenze digitali di base 1a3 Almeno contenuti digitali di base abilità di creazione
	1b Competenze avanzate e sviluppo	1b1 Specialisti ICT 1b2 Specialiste ICT donne 1b3 Imprese che forniscono formazione ICT 1b4 Laureati ICT
2 Connettività	2a Banda larga fissa prendere	2a1 Banda larga fissa complessiva prendere 2a2 Utilizzo della banda larga fissa ad almeno 100 Mbps 2a3 Almeno 1Gbps di assorbimento
	2b Banda larga fissa copertura	2b1 Banda larga veloce (NGA) copertura 2b2 Fisso Capacità molto elevata Copertura di rete (VHCN).
	2c Banda larga mobile	Spettro 2c1 5G 2c2 Copertura 5G



		2c3 Adozione della banda larga mobile
	Prezzi della banda larga 2d	2d1 Indice dei prezzi della banda larga
3 Integrazione di tecnologia digitale	3a Intensità digitale	3a1 PMI con almeno un livello base livello di intensità digitale
	3b Tecnologie digitali per imprese	3b1 Elettronico informazione condivisione 3b2 Social media 3b3 Grandi dati 3b4 Nuvola 3b5 IA 3b6 ICT per l'ambiente sostenibilità 3b7 Fatture elettroniche
	Commercio elettronico	3c3c1 PMI che vendono online 3c2 Fatturato e-Commerce 3c3 Vendita online transfrontaliera
4 Pubblico digitale		
4a Governo elettronico Servizi	4a1 Utenti dell'e-Government 4a2 Moduli precompilati 4a3 Servizi pubblici digitali per cittadini 4a4 Servizi pubblici digitali per imprese 4a5 Dati aperti	

(Commissione europea, 2022).

A livello dimensionale, il DESI affronta le quattro principali aree politiche della Bussola Digitale 2030. Non si tratta di aree isolate che contribuiscono separatamente allo sviluppo digitale, ma di aree interconnesse. Pertanto, gli sviluppi nell'economia e nella società digitale non possono essere raggiunti attraverso miglioramenti isolati in settori particolari, ma attraverso miglioramenti concertati in tutti i settori. Le sezioni seguenti presentano l'elenco degli indicatori nel DESI 2022.



Una valutazione dello stato attuale di attuazione della trasformazione digitale nell'UE e in Lettonia si basa sui dati del database dell'indice dell'economia e della società digitale (DESI, 2020). Fornisce una fonte di informazioni integrata e molto necessaria sulle prestazioni digitali complessive dell'Europa, tiene traccia dei progressi dei paesi dell'UE nella competitività digitale e costituisce una solida base decisionale per lo sviluppo delle politiche (Commissione europea, 2020).

L'indice dell'economia e della società digitale (DESI, 2020) mostra che negli Stati membri dell'UE si sono registrati progressi impressionanti nella trasformazione digitale negli ultimi 5 anni. La Lettonia si colloca al 17° posto su 27 Stati membri dell'UE nell'edizione 2022 del Digital Economy and Society Index (DESI). Negli ultimi anni il punteggio DESI della Lettonia è cresciuto a un ritmo più lento rispetto alla maggior parte degli altri paesi dell'UE. Pertanto, nonostante i suoi sforzi, la Lettonia non è ancora riuscita a raggiungere gli altri Stati membri.

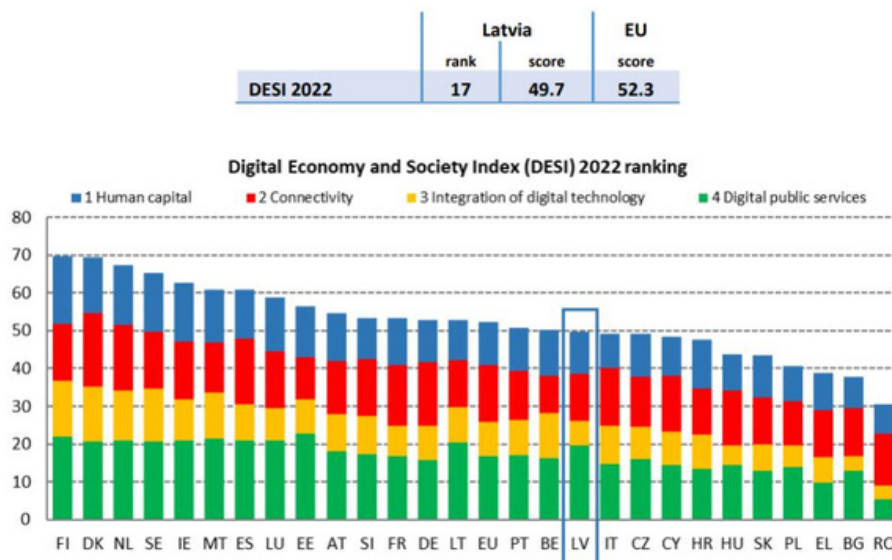
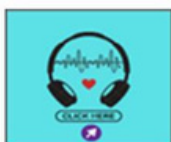


Figura 58, Fonte: Commissione europea, 2022.

CASO DI Ristoranti nel Baden-Württemberg, Germania

Lo studio (Ludin, D. et al. (2022) presuppone che, a causa dei lockdown, i ristoranti di successo del Baden-Württemberg abbiano sviluppato nuovi modelli di business digitali.

I dati per lo studio quantitativo sono stati raccolti attraverso un sondaggio tra ristoranti selezionati casualmente condotto tra dicembre 2020 e febbraio 2021. Un'analisi dei cluster viene utilizzata per identificare diverse tipologie di ristoranti riguardo alla loro propensione all'innovazione e al loro successo. I risultati dello studio mostrano che il livello di digitalizzazione è un fattore importante per quanto riguarda la gamma di attività imprenditoriali successo.



A parte la crisi dirompente legata alla pandemia di COVID-19, che potrebbe portare all'insolvenza di numerose aziende gastronomiche, il settore gastronomico tedesco sta attraversando da diversi anni una trasformazione strutturale. Neisse et al. [2021, pag. 4] hanno identificato, sulla base di Franz [2020], le seguenti ragioni alla base dei cambiamenti strutturali che potrebbero minacciare l'esistenza e il successo commerciale degli imprenditori del settore gastronomico, in particolare delle imprese più piccole e/o a conduzione familiare:

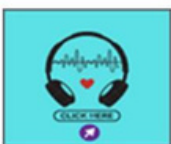
- cambiamento nel comportamento del cliente,
- crescenti richieste da parte degli ospiti in merito alla portata, alla profondità e alla qualità dell'offerta e il luogo stesso,
- ridotto potere contrattuale degli imprenditori della gastronomia nelle trattative con produttori di birra e fornitori,
- competizione con club house, panetterie e gastronomia di sistema su larga scala,
- mancanza di capacità innovativa da parte degli operatori della gastronomia,
- carenza di personale qualificato e mancata successione aziendale,
- portafoglio di investimenti con bassa capitalizzazione ed difficile accesso ai fornitori di capitale,
- mancanza di misure di sostegno politico e amministrativo, e
- crescente regolamentazione e applicazione di norme e leggi (controlli fiscali, ecc.)

in combinazione con crescenti richieste per gli imprenditori della gastronomia. (Ludin, D. et al., 2022).

La pandemia di COVID-19 ha anche intensificato le discussioni in corso sull'utilizzo della tecnologia digitale nel settore dell'ospitalità e della gastronomia e ha accelerato l'uso della tecnologia digitale [Toubes et al. (2021)]. A causa della necessità di soluzioni senza contatto e dell'espansione o dello spostamento delle offerte di servizi nel regno digitale, gli imprenditori sono stati ulteriormente sfidati a creare soluzioni corrispondenti. Inoltre, l'adozione dell'intelligenza artificiale, della robotica e di altri strumenti digitali nel settore dell'ospitalità potrebbe essere vantaggiosa, ad esempio in termini di offerta di servizi in prima linea, miglioramento delle esperienze di servizio, qualità ed efficacia, nonché riduzione dei costi operativi [António e Rita (2021); Belanche et al. (2020a, 2020b) in Gaur et al. (2021b); Pillai et al. (2021)]. Anche se alcuni autori ritengono che gli strumenti digitali e la tecnologia dell'informazione possano svolgere un ruolo centrale nella sostenibilità e nella crescita delle imprese per quanto riguarda la resilienza alle crisi, le piccole e medie imprese con capacità limitate di installare soluzioni digitali adeguate potrebbero avere difficoltà in particolare [Xiang et al. (2021)]. (Ludin, D. et al., 2022).

I servizi più utilizzati nelle attività di ristorazione sono il takeaway/pick up, offerto dall'81% delle imprese intervistate, il social media marketing (79%), la vendita online di voucher (75%), un sito web aziendale (75%) e un sito web con menu (71%).

Strumenti tecnicamente più complessi come annunci audio online e pubblicità display



non vengono quasi mai utilizzati. Anche il servizio di consegna viene offerto da una percentuale nettamente inferiore di esercizi di ristorazione (38%) rispetto alla possibilità di ritiro/asporto.

Una degustazione di vini online con consegna postale dei vini così come la risposta “altro” possono essere considerati casi particolari, entrambi nominati una volta. Poiché l'analisi dei cluster in questo studio viene utilizzata solo per una divisione basata sui dati in due gruppi, si può presumere che queste risposte individuali non abbiano un impatto significativo sui risultati.

La separazione tra i cluster è netta, con una differenza di 87% punti in particolare per la voce “search engine advertising (SEA) e/o search engine optimization (SEO)”, seguita da “servizio di consegna” (54% punti). , “newsletter via email” (31% punti), “influencer marketing (31% punti), “sito web con menù” (29% punti), “social media marketing” (29% punti), “negozi online” (27% punti). I due cluster differiscono quindi significativamente in questi aspetti.

Tuttavia, anche strumenti come la pubblicità display e gli annunci audio online possono essere considerati un fenomeno marginale nel gruppo delle imprese ricettive più avanzate dal punto di vista digitale: solo l'8% di loro ha utilizzato questi strumenti.

Distribuzione univariata degli elementi inclusi nell'analisi dei cluster.

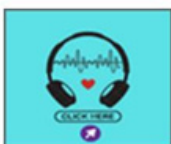
- Sito web con menu
- Da asporto
- Servizio di consegna digitale (incluso Lieferando)
- Negozi online
- Vendita online di voucher
- Degustazione online con consegna postale dei vini
- Altro
- Sito web proprio
- Newsletter via e-mail
- Pubblicità sui motori di ricerca (SEA) e/o ottimizzazione dei motori di ricerca (SEO)

Percentuale di riga

- Influencer marketing
- Social media marketing (Facebook, Instagram, YouTube, Twitch, ecc.)
- Pubblicità display (banner pubblicitari su siti Web di terzi)
- Annunci audio online (spot audio su servizi di streaming come Spotify, Deezer, SoundCloud, ecc., esu stazioni radio web) (Ludin, D. et al., 2022).

Associazioni di variabili di cluster attivi con lo sviluppo di nuovi gruppi di clienti/nuovi mercati a seguito della pandemia

- Hardware/software per servizi online
- Sito web con menu



- Da asporto
 - Servizio di consegna digitale (incluso Lieferando)
 - Negozio online
 - Vendita online di voucher
 - Degustazione online con consegna postale dei vini
 - Altro
 - Sito web proprio
 - Newsletter via e-mail
 - Pubblicità display (banner pubblicitari su siti Web di terzi)
 - Annunci audio online (spot audio su servizi di streaming come Spotify, Deezer, SoundCloud, ecc. e sulle stazioni radio web).
 - Pubblicità sui motori di ricerca (SEA) e/o ottimizzazione dei motori di ricerca (SEO)
 - Social media marketing (Facebook, Instagram, YouTube, Twitch, ecc.)
- (Ludin, D. et al., 2022).



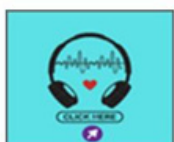
Correlazioni secondo le quali i servizi offerti o le tecnologie digitali utilizzate sono associati ad una maggiore probabilità di sviluppare nuovi gruppi di clienti si possono quindi trovare solo per “newsletter via email” (+17 punti %), “vendita online di voucher” (+12 punti %), “servizio da asporto” (+7 punti %) e “negozi online” (+6

% punti). È interessante notare che si tratta di servizi mobili o digitali piuttosto consolidati e non molto avanzati.

Al contrario, le imprese di ristorazione dotate di sito web sembrano aver attratto nuovi gruppi di clienti in misura minore rispetto alle imprese senza sito web (-25 punti percentuali). A prima vista, ciò sembra contraddittorio, ma può essere causato da diversi fattori. Da un lato, la sola esistenza di un sito web non costituisce un servizio digitale. Inoltre è sorprendente che le aziende che utilizzano l'influencer marketing (19% punti) siano riuscite ad acquisire meno nuovi clienti/mercati rispetto ai loro concorrenti; nessuno dei quattro ristoranti che hanno utilizzato questo strumento ha riferito di aver sviluppato nuovi gruppi di clienti. In condizioni di pandemia, è probabilmente più importante scoprire come o se i clienti possono trarre vantaggio dal servizio rispetto al canale pubblicitario in sé. Lo stesso vale per la pubblicità sui motori di ricerca e il marketing sui social media (-4 punti percentuali ciascuno). Tuttavia, il numero di casi è molto basso per un'analisi corretta dell'influencer marketing. La degustazione di vini online con spedizione della merce e altri servizi, nonché la pubblicità display e gli annunci audio online sono stati menzionati solo da un'azienda ciascuno. In ogni caso, la società non ha indicato che si potrebbero attingere a nuovi gruppi di clienti a causa della pandemia.

(Ludin, D. et al., 2022).

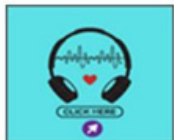
Uno dei motivi di questi risultati inaspettati è che la pandemia forse non ha aperto a nuovi gruppi perché il segmento di mercato rilevante era già stato sfruttato. Il modo in cui è stata posta la questione avrebbe quindi potuto già dettare legge



individuare aziende molto innovative ed di successo (“bias di selezione”). (Ludin, D. et al., 2022).

Nel complesso si può quindi affermare che dal primo lockdown gli investimenti in innovazioni si sono riflessi prevalentemente nello sviluppo di nuovi gruppi di clienti. Il 21% delle aziende che hanno segnalato uno o più di questi investimenti/innovazioni dopo il primo lockdown (ovvero il 72% delle aziende intervistate) concorda con l'affermazione che sono state in grado di sviluppare nuovi gruppi di clienti/mercati a causa della pandemia. Nell'altro gruppo di aziende questa percentuale ammonta solo all'8%. (Ludin, D. et al., 2022).

La pandemia e le restrizioni legali non hanno sconvolto solo le attività economiche degli imprenditori della gastronomia, ma anche l'importanza dei ristoranti e dei bar come parte della vita sociale [Franz (2020); Wilkesmann e Wilkesmann (2020); Xiang et al. (2021)]. Sia i ristoratori che i clienti dovevano essere informati sulle nuove offerte di servizi. A causa della situazione pandemica, gli imprenditori della gastronomia hanno avuto l'opportunità di utilizzare le innovazioni dei modelli di business per attingere a nuovi gruppi di clienti e mercati. I risultati dello studio suggeriscono che in tempi di pandemia il successo imprenditoriale dei ristoranti del Baden-Württemberg sembra dipendere da diversi fattori, uno dei quali è il livello di digitalizzazione. L'esistenza di menu online, ordini online, negozi online, degustazioni online, corsi di cucina online, marketing online e marketing sui social media per i ristoranti li trasforma in un business “digitale”. (Ludin, D. et al., 2022).

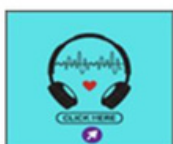


53. Caso di studio sulla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile aCipro

La sostenibilità si riferisce solitamente alla transizione verde dell'economia verso pratiche più ecologiche e rispettose dell'ambiente delineate dalle Nazioni Unite nei loro Obiettivi di sviluppo sostenibile (SDG) (ONU, 2022). La digitalizzazione sostenibile si riferisce al processo di digitalizzazione dell'economia in modo duraturo, verde e organico, basandosi sul suo punto di forza: le PMI innovative e i loro ecosistemi aziendali. (digitalsme.eu, 2022). Aziende, organizzazioni, regioni e paesi hanno capito quanto sia importante portare avanti l'agenda della digitalizzazione sostenibile perché i vantaggi che ne derivano sono significativi su molti fronti. Rende più facile l'accesso ai potenziali clienti, sia che tu sia un'azienda o una destinazione turistica, puoi ridurre al minimo i costi, diventare più efficiente ed efficace nelle tue operazioni e guidarli verso un futuro a zero emissioni nette di carbonio.

In questa parte presenteremo il caso di studio di una regione che ha avuto una visione, ha pianificato in anticipo, ha investito e implementato una strategia specifica per trasformarsi in una destinazione intelligente ed è stata recentemente premiata come capitale europea del turismo intelligente 2023 (cipro-mail.com/2022). Si tratta di un premio importante che promuove la regione di Paphos e Cipro nel suo complesso e attira pubblicità positiva. Paphos si trova nella parte sud-occidentale dell'isola ed è considerata la più grande area turistica con centinaia di hotel e milioni di turisti che la visitano ogni anno. Ha un clima mite tutto l'anno e ha una lunga storia e buone infrastrutture che includono un aeroporto situato a soli 14 km dal centro della città. Un'autostrada collega anche Paphos con le altre principali città di Limassol, Larnaca e la capitale Nicosia.

Paphos con la visione delle autorità locali e il sostegno dell'associazione degli albergatori, l'Organizzazione per la Promozione del Turismo di Paphos (ETAÿ), la Camera di Commercio locale e l'Organizzazione del Turismo di Cipro (CTO) hanno coordinato i propri sforzi per vincere questo prestigioso premio. Per arrivarci ci sono voluti impegno, coordinamento e mesi di preparazione, secondo il capo dell'agenzia di promozione locale, Chatzigeorgiou (Inbusinessnews, 2022). Il sindaco di Paphos ha affermato che trasformare una città come Paphos in una città intelligente con servizi digitalizzati richiede una visione chiara. (Negli affari, 2022). "Paphos ha bisogno di creare un'esperienza personale per i suoi visitatori e questi dovrebbero sentire che, utilizzando la tecnologia, la città diventa amichevole e accessibile", ha anche affermato. Paphos, vincendo questo premio, crea un'opportunità per investire ulteriormente nella digitalizzazione



in modo sostenibile e promuoversi come tale. Il premio farà seguito ad una serie di attività promozionali organizzate dalle autorità locali ed europee per diffondere la notizia per le due città premiate (Paphos e Siviglia).

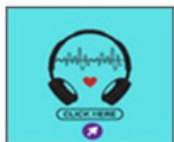
La preparazione per la nomination è durata diversi mesi ed è conclusa con il prestigioso premio European Smart City 2023. Sette città in totale sono state selezionate per la fase finale.

Paphos per ottenere questo premio ha implementato una serie di progetti intelligenti. In uno di essi la città implementerà un sistema idrico intelligente che rileverà eventuali perdite nelle condutture e verranno installati anche contatori dell'acqua intelligenti ad alta precisione che saranno in grado di misurare e trasmettere l'esatto consumo di acqua. Verrà inoltre realizzato un sistema di parcheggio intelligente da 3.100 posti. La gente del posto e i turisti potranno individuare tramite un'app dove si trova un parcheggio all'aperto e pagare l'importo esatto secondo di quanto tempo hanno parcheggiato il proprio veicolo. Ciò può portare ad una diminuzione della tassazione comunale per i cittadini.

Sono in corso anche una serie di progetti che digitalizzano Paphos ed l'intera regione.

L'installazione della rete LoRaWAN e del GIS (Geographic Information System Mapping) sono due iniziative importanti. In questo modo il comune sarà in grado di raccogliere, gestire e analizzare dati in tempo reale e questo aiuterà le autorità ad allocare correttamente le proprie risorse, sia umane che economiche. Inoltre, il comune potrà risparmiare considerevoli costi installando un'illuminazione intelligente che utilizzerà lampadine a LED e l'intensità della luce sarà regolata in base all'ora del giorno e al traffico. Inoltre la città installerà 55 colonnine intelligenti che forniranno ai cittadini l'accesso a Internet e informazioni sulla qualità della temperatura dell'aria, sugli eventi cittadini e sulle telecamere a circuito chiuso. Oltre a ciò rientra nel piano della città la digitalizzazione del patrimonio archeologico siti.

Tutte le iniziative di cui sopra miglioreranno i servizi offerti alla gente del posto e ai turisti e miglioreranno il prodotto turistico di Paphos. Ciò differenzierà Paphos dalle altre destinazioni turistiche balneari, creerà un passaparola positivo e getterà le basi per ulteriori investimenti nella regione che diversificheranno l'economia locale (ad esempio nuove università e società IT). Ciò che serve è una leadership visionaria, un impegno a lungo termine, un duro lavoro e il coordinamento da parte di tutte le parti interessate coinvolte in tali progetti.



54. Caso di studio sulla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile in Italia

Il digitale è il meno diffuso sovrano dei cambiamenti in atto nel settore del turismo. Sono diversi i trend innovativi che promettono di rilanciare il settore e rispondere alle nuove esigenze dei consumatori, dopo anni di incertezza e restrizioni.

Stanno emergendo questioni relativamente nuove con un potenziale dirompente, come la sostenibilità e il cosiddetto turismo infinito. I servizi esperienziali trovano nuova linfa nel digitale e rilanciano l'idea di un turismo di prossimità più autentico e unico, capace di salvaguardare un patrimonio di realtà locali piccolissime, in gran parte soffocate dalla crescente omogeneità derivante dalla globalizzazione. Ci sono anche importanti innesti da settori complementari, come il Fintech e i Pagamenti Innovativi, che contribuiscono a diffondere una maggiore "cultura del dato" e altri benefici collaterali.

Numerosi player italiani e internazionali stanno cavalcando queste tendenze innovative non solo per sanare le ferite provocate dalla pandemia, ma anche (e soprattutto) per le loro enormi potenzialità future.

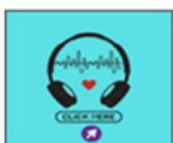
Il turismo organizzato sta pagando il conto più pesante per gli effetti della pandemia.

Non manca però lo spirito innovativo: quasi tutte le agenzie di viaggio hanno infatti lavorato per rafforzare le competenze, puntando in particolare sugli strumenti di comunicazione come social media ed email marketing (43%), sulla gestione di nuovi canali di vendita, anche online (31%) e sulla gestione delle relazioni con i clienti (18%). Alcune agenzie hanno poi risposto all'emergenza modificando il proprio modello gestionale: il 4% ha deciso di aderire a una rete o di affidare a quest'ultima la gestione delle attività di back office, l'8% di chiudere il negozio e passare all'online o alla consulenza e il 19% lavora tramite solo su appuntamento.

Anche diversi tour operator stanno spingendo verso la digitalizzazione, ad esempio rafforzando la presenza sui canali digitali diretti e introducendo formule di packaging dinamiche all'interno delle piattaforme consumer, che includono servizi sempre più essenziali come assistenza e assicurazioni (ormai comprese nel 92% dei viaggi venduti dalle agenzie, e nel 66% dei casi già compreso nel pacchetto viaggio).

“Sono diverse le proposte innovative messe in campo dagli operatori negli ultimi due anni” conclude Eleonora Lorenzini, Direttore dell'Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo

“Il momento particolare che ci troviamo ad affrontare, però, rende urgente ripensare le strategie capaci di orientare il Viaggio verso nuovi scenari, sia a livello di singola azienda che a livello di settore. Un 'booster' di innovazione, insieme ad un utilizzo efficiente ed efficace delle risorse pubbliche (come quelle del PNRR) potrà aumentare la immune



difese necessarie per affrontare i cambiamenti che ci attendono e la capacità di reazione di ciascuna parte del sistema”.

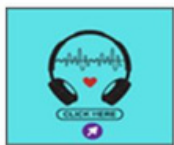
Nel 2021, il 94% delle strutture ha implementato azioni per aumentare la sostenibilità, come l'utilizzo di materiali, prodotti e fonti energetiche sostenibili o la riduzione dei rifiuti.

Il 7% delle strutture offre la possibilità di arricchire l'esperienza di visita e la conoscenza della destinazione attraverso attività da svolgere online (prima o dopo il viaggio), arricchendo la propria value proposition per offrire una neverending experience, ovvero un prolungamento dell'esperienza turistica, sia fisici che digitali, nello spazio (non solo a destinazione) e nel tempo (non solo durante, ma anche prima e dopo l'esperienza di viaggio stessa). Anche in quest'ottica, ben il 77% degli operatori si è attrezzato per ospitare lavoratori in smart working, ad esempio offrendo postazioni di lavoro in sala (48%) o schermi per videoconferenze (43%).

Oggi l'88% delle strutture ricettive italiane coinvolte nella Ricerca utilizza almeno uno strumento digitale per la gestione dei processi, anche se ci sono diversi gradi di adozione e il settore extralberghiero soffre ancora di un ritardo maggiore.

I primi processi ad essere digitalizzati sono quelli legati alla distribuzione con l'adozione di Booking Engine, sistemi di pagamento digitale e Channel Manager, a cui si aggiungono i Property Management Systems, ormai in uso nel 63% delle strutture. Seguono analisi dei dati e sistemi di Revenue Management per impostare strategie di prezzo differenziate. I player più avanzati si concentrano sugli strumenti di gestione delle relazioni con i clienti e sull'automazione del marketing.

Infine, per offrire valore esperienziale in tutte le fasi del viaggio e rispondere alle esigenze di maggiore flessibilità dei turisti, molte strutture ricettive si stanno adoperando per offrire la possibilità di annullamento gratuito e copertura assicurativa completa (sempre più richiesta a causa della maggiore incertezza legata al viaggio). Il 20% delle strutture ha abilitato anche il servizio “Paga Adesso-Paga Dopo” e la possibilità di frazionare il pagamento.



55. Caso di studio sulla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile in Lettonia

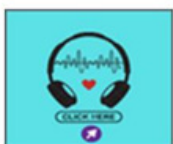
Air Baltic Corporation AS (Lettonia)

Per più di un decennio, la Lettonia ha sviluppato intensamente il proprio ecosistema di start-up per stimolare la creazione e l'espansione di imprese innovative che favorissero la trasformazione digitale. I frutti dei diversi canali di investimento si vedono già: sono molte le startup che hanno lanciato prodotti di successo, come droni commerciali, documenti di identità elettronici, strumenti di comunicazione creativa e altri (StartupLatvia, 2022). Mentre una storia di successo per un prodotto direttamente vantaggioso per il settore dell'ospitalità deve ancora arrivare, diamo uno sguardo più da vicino al settore dell'aviazione e alla sua ammiraglia lettone, airBaltic.

La compagnia aerea lettone Air Baltic Corporation AS, conosciuta in tutto il mondo come airBaltic, è una delle compagnie più riconosciute e innovative della Lettonia. Fondata nel 1995, la compagnia ha costantemente ampliato la propria rete operativa, offrendo voli diretti dagli Stati baltici verso molti paesi europei, mediorientali e della CSI. Per anni, l'azienda ha ricevuto riconoscimenti internazionali nel settore dell'aviazione, ad esempio l'ATW Airline Industry Achievement Award come leader di mercato dell'anno nel 2018 e nel 2019, la valutazione Gold nell'indice di sostenibilità 2022 e molti altri. La spinta all'innovazione e alla digitalizzazione ha avuto un impatto su ogni aspetto delle operazioni dell'azienda, dalla più recente flotta di aerei in Europa all'esperienza più moderna per gli ospiti nel cielo (airBaltic, 2022).

L'approccio insolito inizia con gli aeroplani. Dal 2016 airBaltic ha utilizzato principalmente uno degli aerei più ecologici sul mercato, l'Airbus A220-300, inizialmente sviluppato da Bombardier Inc., un produttore canadese di jet commerciali (Hayward, 2022). In confronto, altre compagnie aeree europee utilizzano principalmente le versioni del Boeing 737 e dell'Airbus A320 per i voli a breve distanza (Luo, 2021). L'aereo offre un'esperienza molto moderna e piacevole agli ospiti, con grandi oblò, armadietti in alto e sedili più spaziosi del solito, ottenibili occupando una fila di sedili in totale, lasciando tre posti sul lato sinistro e solo due sul lato destro. Giusto. La scelta dell'aeromobile rispecchia le ambizioni di airBaltic in altri settori per fornire un servizio unico (airBaltic, 2022).

Nel 2022, la compagnia aerea ha ricevuto il premio degli Onboard Hospitality Awards per le innovazioni nella fornitura di servizi mobili a bordo ai viaggiatori. airBaltic "Sky Service", una piattaforma digitale da utilizzare su smartphone, offre ai passeggeri una varietà di strumenti per rendere più confortevole la loro esperienza di viaggio. Ad esempio, gli ospiti possono preordinare i pasti, acquistare articoli nell'airBaltic Sky Shop e accedere alla rivista della compagnia aerea



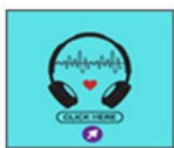
"Baltic Outlook", aderisci al programma fedeltà dell'azienda e trova persino informazioni sulle destinazioni attuali esui prezzi dei biglietti (airBaltic, 2022).

L'azienda ha inoltre investito molti sforzi nell'adattare il proprio sito Web ai dispositivi mobili. Sebbene non esista un'applicazione dedicata per la prenotazione dei biglietti, nel 2022 oltre il 30% di tutte le prenotazioni sono state effettuate tramite il sito web della compagnia tramite smartphone o tablet (airBaltic, 2022).

Tuttavia, sebbene tutti questi risultati possano sembrare notevoli di per sé, airBaltic ha compiuto grandi passi per sorprendere davvero il mondo. Già nel 2014, airBaltic è diventata la prima compagnia aerea ad accettare Bitcoin per l'acquisto di biglietti aerei. Di seguito, nel 2021 airBaltic ha annunciato l'intenzione di emettere token non fungibili da collezione, o NFT. La "City Collection" di 14 opere d'arte presentava aerei airBaltic unici con i loro numeri di registrazione e immagini di varie città lettoni, come Cÿsis, Liepÿja, Sigulda, Valmiera, Rÿga e altre. Nel 2022, a seguito del grande interesse per questa raccolta, airBaltic ha deciso di rilasciare una nuova raccolta di 10.000 NFT, denominata "Planies", rafforzando così non solo la sua posizione di emittente NFT, ma offrendo anche valore aggiunto ai possessori di token. "Planies" è una collezione di aerei dei cartoni animati che hanno una serie unica di caratteristiche: colore, design esterno, accessori, ecc.

I proprietari di questi NFT godono dei vantaggi del programma fedeltà della compagnia aerea guadagnando punti extra ottenendo upgrade alla classe business dopo aver preso un numero specifico di voli. La direzione dell'azienda prevede che l'adattamento alla nuova generazione di tecnologie informatiche migliorerà tutte le sue operazioni, dall'esperienza del cliente alla manutenzione degli aeromobili, consentendo così all'azienda di fornire un servizio rapido, affidabile e ultramoderno (airBaltic, 2022).

Tutto sommato, airBaltic è in prima linea nelle innovazioni digitali, promuovendo esperienze clienti uniche non solo in Lettonia ma in tutto il mondo. Sta definendo lo standard del servizio digitale di alta qualità che altre aziende sono invitate a seguire.



56. Caso di studio sulla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile in Estonia

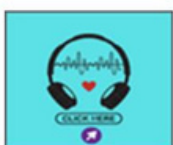
56.1. HotelBuddy Technology OÜ (Estonia)

Lo sviluppo di soluzioni per automatizzare i processi che richiedono il coinvolgimento del cliente è da tempo l'idea imprenditoriale di molte aziende. Nel 2020 e nel 2021, la pandemia di COVID-19 ha stabilito un nuovo quadro per le operazioni nel settore dell'ospitalità. Quando non erano bloccate, le imprese del settore alberghiero dovevano lavorare in conformità con le rigorose misure di controllo del COVID-19. La necessità di garantire un soggiorno sicuro è stata guidata non solo dai governi ma anche dai clienti, per i quali il servizio contactless è diventato una questione di salute e non solo una preferenza personale. Questa situazione unica ha aggiunto valore alle soluzioni alberghiere digitali, incoraggiando gli hotel a migliorare la trasformazione digitale in varie aree della loro attività.

Una di queste tecnologie è HotelBuddy, sviluppata dalla società di servizi alberghieri HotelBuddy Technology OÜ, una start-up estone. L'azienda è entrata nel mercato delle soluzioni digitali per gli albergatori nel 2021 dopo aver raccolto finanziamenti pre-avviamento da un acceleratore di startup B2B. Fino ad ora HotelBuddy si è assicurata la partnership di due catene alberghiere situate in Estonia e Lettonia, Unique Hotels e Semarah Hotels, nonché di diversi hotel indipendenti (HotelBuddy, 2022).

HotelBuddy è uno strumento per offrire agli ospiti un'esperienza elegante, semplice e senza contatto, fornendo allo stesso tempo una soluzione per gestire il coinvolgimento di ogni cliente con l'hotel. La tecnologia consente all'ospite di effettuare il check-in, aprire la porta della camera con la chiave del cellulare, ordinare il servizio in camera o altri servizi, effettuare il check-out e pagare semplicemente utilizzando il proprio smartphone. Non è necessaria alcuna applicazione aggiuntiva per eseguire tutti questi passaggi. Per l'hotel, HotelBuddy funge da assistente, fornendo informazioni sugli ospiti, i loro ordini e richieste, aiutando a organizzare campagne di upselling, chattare con i clienti, ecc. È integrato con il sistema di gestione della proprietà dell'hotel e è possibile aggiungere o escludere a seconda delle esigenze dell'hotel in questione. La tecnologia è modulare, consentendo così agli albergatori di concentrarsi sulle questioni che richiedono maggiore attenzione, che si tratti di reputazione, vendite extra, ecc. (HotelBuddy, 2022).

Come già accennato, l'idea di automatizzare i processi che trattano direttamente con i clienti non è del tutto nuova. Sul mercato esistono già diverse soluzioni, ad esempio Duve, fondata nel 2016 in Israele, o Canary Technologies, fondata nel 2016 negli USA, che trasferiscono tali attività nell'ambiente digitale: non solo check-in e check-out online e mobile chiavi, ma anche mancate digitali, email-hub per tutti i canali di comunicazione, applicazioni dedicate e molto altro (HotelTechReport, 2022). Ciò che riserva il futuro a HotelBuddy sarà

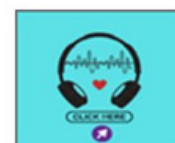


rivelato nei prossimi anni. Ma si può dire che la prospettiva appare positiva, anche senza la necessità imposta dalla pandemia di Covid-19. C'è un'altra cosa che accomuna questi fornitori di soluzioni: il feedback generalmente positivo degli albergatori. Digitalizzare l'interazione con gli ospiti è un vantaggio per tutti. Come afferma Kadi Saadlo, cofondatore di HotelBuddy, la soluzione digitale consente a un cliente che ha fretta di saltare la fila e procedere direttamente alla sua camera senza ritardi; riduce le attività dispendiose in termini di tempo come la registrazione manuale degli ospiti e consente al personale di comunicare con gli ospiti disposti a interagire faccia a faccia (Saadlo, 2022). Gli albergatori lodano la crescita dei ricavi, il risparmio sui costi e l'aumento complessivo della soddisfazione dei clienti (Duve, 2022).

Sebbene la risposta complessiva del settore sia buona, lo spazio per lo sviluppo di soluzioni alberghiere è ampio: dalla piena integrazione dei sistemi alla funzionalità incrociata e all'integrazione dell'Internet delle cose su una scala molto più ampia rispetto a prima (eHotelier, 2022). Speriamo che il settore dell'ospitalità riceva maggiore attenzione da parte dell'ecosistema globale delle start-up e che nuove soluzioni ci accolgano nel prossimo futuro.



Figura 59, Fonte: Hert Niks



57. Caso di studio sulla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile in Spagna

57.1. Collezione Belbo

Collezione di cinque ristoranti e un cocktail bar in luoghi emblematici della città (cinque a Barcellona e uno a Madrid), ognuno di loro unico ed diverso, anche se tutti concordano su una cosa: parlano tutti del Mediterraneo nel suo splendore.

La Collezione Belbo rappresenta un nuovo modo di intendere il tempo libero che consuma momenti ed esperienze a 360 gradi. Un piccolo pezzo di Mediterraneo in ognuno dei Belbo, sempre circondati da un ambiente dinamico dove le cose non smettono mai di accadere.

Ivan Salvadó, amministratore delegato e partner di Belbo Collection, ha affrontato molti processi di digitalizzazione nelle aziende di ristorazione che erano in piena attività dopo 25 anni di esperienza nel settore dell'ospitalità. Ecco perché, quando ha rilevato Belbo Collection, ha deciso che tutti i processi di back e front office dovessero essere digitalizzati al 100% prima di accendere i fornelli.

Per prima cosa ha iniziato cercando partner tecnologici per digitalizzare ciascuno dei processi. I gestori di Belbo Collection hanno scelto le soluzioni globali ICG come proprio ERP.

Per digitalizzare processi più specifici sono stati scelti anche altri fornitori di tecnologia: FrontRest per i POS, Mapal per la gestione del personale, Cover Manager per la gestione delle prenotazioni e Voxel per i processi amministrativi e di acquisto.

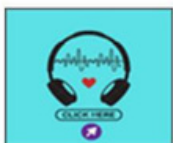
Attraverso Bavel, la piattaforma di transazioni di Voxel, i ristoranti Belbo Collection hanno digitalizzato l'emissione degli ordini, la ricezione della merce e la ricezione delle fatture.

Tutte queste transazioni elettroniche vengono quindi integrate e riconciliate in ICG. In questo modo l'intervento manuale è quasi inesistente e il processo di acquisto e amministrazione è digitale al 100%.

Belbo Collection ha già aperto 6 ristoranti nativi digitali. Attualmente, oltre il 60% dei suoi fornitori sono integrati nella rete Bavel. La previsione è di raggiungere il 100% entro il 2022. In una seconda fase del progetto, Belbo Collection vuole anche digitalizzare le fatture dei suoi creditori attraverso il modulo PDF Billing di Voxel.

In poco più di un anno e grazie ad un processo di fatturazione digitalizzato, l'azienda ha elaborato in automatico oltre 3.000 fatture.

Belbo Collection è diventata la prima catena di ristoranti nativa digitale in Spagna.



58. Caso di studio sulla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile in Spagna

Il franchising La Gitana Loca è diventato uno dei ristoranti low cost più famosi

nel sud della Spagna, più precisamente in Andalusia, con un'estetica molto caratteristica legata all'inconfondibile stile andaluso e una chiara attrazione per i suoi clienti, i suoi prezzi di vendita bassi (RRP) e il suo prodotto di alta qualità. L'attività iniziò a Siviglia e poco a poco furono aperti nuovi negozi e franchising. Oggi possiamo dire che sono già 12 le Gitanas Locas distribuite tra Siviglia, Cordoba e, da alcuni mesi, Madrid.

Il modello di business de La Gitana Loca si concentra sulla fornitura sia del servizio bar che di cucina, il cliente effettua l'ordine al bar ed effettua il pagamento. Sia le tapas fredde che la bevanda possono essere portate al bar al momento, mentre le tapas calde vengono portate in tavola una volta pronte, vale a dire che il cliente non deve attendere l'ordine come in altri casi simili. catene, poiché viene consegnato direttamente in tavola. Questo, unito ai prezzi bassi, fa sì che nelle ore di punta ci sia molta gente nei locali e lunghe code. Con questa metodologia di lavoro, Gitana Loca aveva bisogno di un software centralizzato, accessibile da qualsiasi dispositivo e da qualsiasi luogo, e attraverso il quale poter effettuare un controllo globale di tutti i locali.

I gestori di Gitana Loca cercavano un modo veloce ed efficiente per risparmiare tempo sia nell'invio degli ordini in cucina che nel pagamento. Inoltre era assolutamente necessario poter fornire un servizio agile e privo di errori. Dopo diversi mesi di ricerca di un software POS, La Gitana Loca ha contattato Camarero10, un software POS per il settore dell'ospitalità, e hanno stabilito i requisiti di base necessari per ottenere i risultati in termini di velocità ed eliminazione degli errori in cucina.

Con l'adattamento software che Camarero10 ha realizzato per il franchising Gitana Loca, lo stabilimento è riuscito a raggiungere una serie di obiettivi.

1- Integrazione globale

È stata generata un'integrazione globale dell'intero franchising, ottenendo il controllo completo di tutti i locali dalla stessa piattaforma, centralizzando il menu dei prodotti, la gestione delle scorte e gli acquisti.

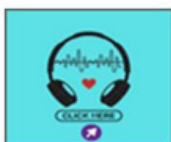
3- Maggiore velocità

La velocità di ritiro è stata notevolmente aumentata, riducendo così le code negli orari di punta.

4- Raddoppio della clientela

Con Camarero10 La Gitana Loca è riuscita a raddoppiare il numero di clienti serviti nello stesso periodo di tempo.

5- Migliore comunicazione



È aumentata la velocità di invio degli ordini in cucina e di conseguenza la velocità di cottura. Siamo anche riusciti a eliminare gli errori negli ordini, quindi la redditività è aumentata notevolmente.

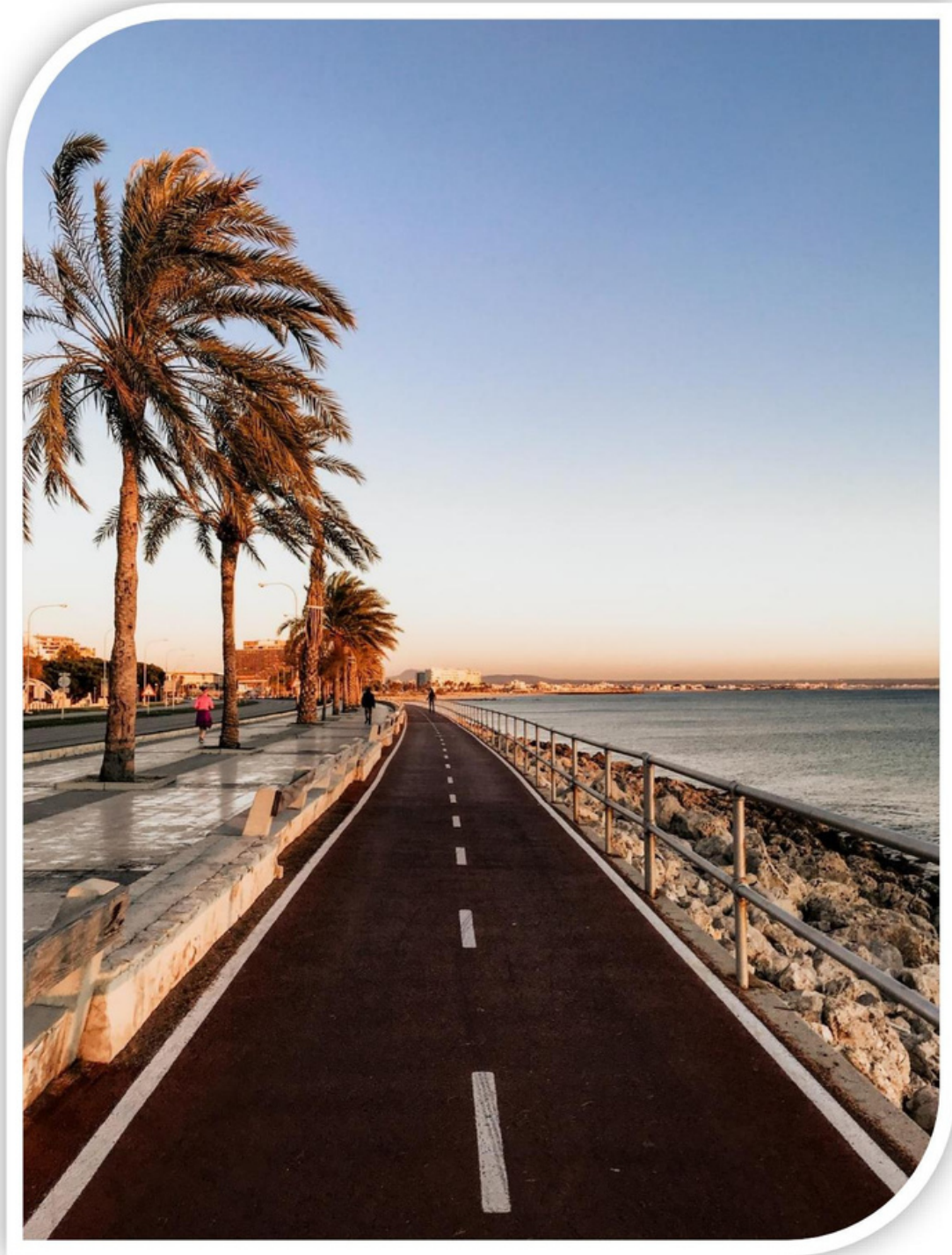
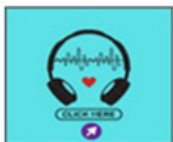


Figura 60, Fonte: Dmitry Zvolkskiy su pexels.com 1



59. Caso di studio sulla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile: internazionale, mondiale, Nord America

Più che un semplice hotel, la caratteristica silhouette a vela del Burj Al Arab Jumeirah funge da rappresentazione della Dubai contemporanea (Royist, 2020). L'architettura del Burj Al Arab, un hotel costruito a Dubai, è unica sotto molti aspetti.

Questo è l'edificio più alto situato su una piccola isola artificiale e uno degli hotel più alti del mondo. La hall dell'hotel, alta 180 metri, può ospitare comodamente la Statua della Libertà. In generale, il progetto del Burj Al Arab è molto complesso: è stato uno dei primi edifici, il cui modello era ritenuto essere

durevole anche in galleria del vento.

L'hotel Burj Al Arab, costruito alle soglie del millennio, è diventato per l'epoca l'edificio del futuro, non solo dal punto di vista ingegneristico.

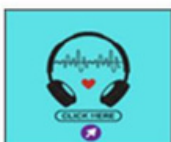
Una miscela di strumenti tradizionali edigitali viene utilizzata per creare esperienze memorabili e prodotti e servizi innovativi nell'hotel più iconico di Dubai. Burj Al Arab è un simbolo del lusso arabo e sorge su un'isola artificiale alta 280 metri, rendendolo visibile da ogni angolo della città di Dubai (Burj Al Arab, 2022).

Nel 2021, per la prima volta nella storia dell'hotel, Burj Al Arab ha aperto le sue porte per un tour di 90 minuti dell'imponente punto di riferimento di Dubai, portando l'esperienza esclusiva di esplorare il lusso, i monumenti e la storia. Il tour è su misura per ogni età e interesse, integrato da esperienze culinarie, panorami meravigliosi e storie uniche (All'interno del Burj Al Arab, 2021).

Durante il tour di lusso nell'hotel, definito anche la "casa originale del lusso", gli ospiti hanno un'opportunità unica di esplorare il punto di riferimento con una miscela di strumenti tradizionali edigitali, mostrando la natura innovativa della città (All'interno del Burj Al Arab Unveiled, 2021). Per il suo lusso e il suo servizio, il Burj Al Arab è spesso considerato un hotel a sette stelle, sebbene la classificazione ufficiale sia di cinque stelle.

La prima piattaforma di viaggio digitale completamente immersiva per il settore alberghiero, con video e fotografie a 360 gradi, è stata sviluppata in collaborazione tra Google e la catena alberghiera di lusso Jumeirah Group, con sede a Dubai (Trade Arabia, 2015). L'accesso al Burj Al Arab Jumeirah è reso possibile da Jumeirah Inside, che offre video a 360 gradi, audio 3D, interazioni divertenti e hotspot esclusivi.

Uno degli impressionanti strumenti di digitalizzazione implementati nel tour del Burj Al Arab è la realtà aumentata e l'esperienza a 360 gradi. Burj Al Arab è presentato in un tour della città Dubai360 unico e completamente digitale (Dubai360, 2020). Nel tour virtuale Dubai360, i viaggiatori digitali possono esplorare la città e i suoi monumenti: parchi, strade, centri commerciali, biblioteca pubblica, hotel di lusso e altro, comodamente dai propri dispositivi.



Oltre ad essere l'hotel più iconico di Dubai e ad avere un impressionante strumento di digitalizzazione, è anche una sala conferenze per vertici, come il "The Global Digital Industry Summit" che si è tenuto presso l'affascinante Burj Al Arab Hotel il 27 giugno 2022 (Il vertice globale dell'industria digitale si è tenuto presso il Burj Al Arab Hotel lunedì 27 giugno 2022).



60. Caso di studio sulla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile: internazionale, mondiale, Sud America

Sogni Natura Resort Cancun

Dream Natura è un resort di lusso ispirato alla circostante giungla Maya.

Dreams Resorts & Spas si impegna a ridefinire e migliorare l'esperienza all-inclusive. Con Unlimited-Luxury tutto è incluso nel soggiorno degli ospiti, dal servizio migliore, pasti e bevande gourmet e uno qualsiasi degli oltre una dozzina di ristoranti e bar a una serie di attività diurne e notturne.

Il resort cercava una soluzione per avvicinare il resort ai cellulari degli ospiti fin dal momento della prenotazione e per ricevere feedback durante il soggiorno.

Per informare in modo approfondito sul resort e su tutti i suoi spettacoli e attività al fine di raggiungere l'eccellenza nell'esperienza degli ospiti, la direzione di Dreams Natura ha stampato fino a 1.000 fogli al giorno in alta stagione.

Circa 300.000 in un anno. Una tonnellata e mezza di carta, bobine di inchiostro a colori, elettricità... Ma tutto è cambiato quando hanno contattato la STAY. Ciò ha comportato un costo elevato per l'hotel e ha avuto un forte impatto sull'ambiente.

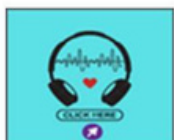
Volevano che i clienti fossero pienamente informati sull'ampia e variegata offerta di qualità che troveranno quando metteranno piede nella località. Prima del loro arrivo, dal momento della prenotazione e anche per essere più ecologicamente sostenibili.

Inoltre, volevano che il resort fosse adattato al mondo tecnologico e digitale. I turisti potranno, attraverso i propri dispositivi, interagire con lo staff ed effettuare ogni tipo di richiesta, ad esempio: prenotazione di tavoli, servizio in camera, servizi, richieste di servizi di pulizia, prenotazioni di spa e spettacoli...

La soluzione per implementare e digitalizzare i servizi alberghieri è stata ottenuta attraverso STAY. Si tratta di una piattaforma per ottimizzare l'esperienza degli ospiti avendo tutte le informazioni sull'hotel in un unico posto e in tempo reale.

L'implementazione rapida e semplice di STAY ha consolidato il successo del resort. Al momento della prenotazione, l'hotel invia agli ospiti un codice QR che indica che possono scaricare l'app e iniziare a scoprire tutti gli angoli esplorabili, i diversi ristoranti con diverse tipologie di cibo, gli spettacoli, ecc." Il Resident Manager va oltre: "Ci permette anche di personalizzare le offerte, che arrivano direttamente sul cellulare dell'ospite.

Il suo dispositivo permette addirittura di personalizzare le offerte, che vengono inviate direttamente sul cellulare dell'ospite. Risparmio di oltre 1.000 pagine al giorno in alta stagione, elettricità, inchiostro della stampante. Più di una tonnellata di carta all'anno. Anche in caso di errore umano, STAY permette di migliorare immediatamente l'esperienza dell'ospite.

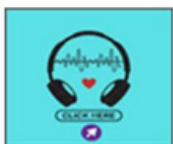


61. Caso di studio sulla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile: internazionale, mondiale, India

Il turismo culturale è una delle maggiori attrazioni per il turista ed è noto che molti viaggiatori che intendono visitare l'India concentrano il loro viaggio sul turismo culturale.

E anche se non è solo per motivi culturali; è sempre una parte del loro pacchetto come sottoprodotto. Possiamo sempre dire che il turismo culturale è sempre una parte involontaria di ogni destinazione turistica. L'India con un luogo culturale così diversificato e un grande tesoro di presenza culturale può creare un marchio ineguagliabile nelle destinazioni globali se gestita e curata adeguatamente. Essendo un paese in via di sviluppo, l'India ha già iniziato a fare notevoli progressi e a creare un impatto impressionante, con uno sforzo collaborativo di tutto il settore pubblico e privato per valorizzare tutti i settori allo stesso tempo dando la dovuta importanza a ciascun piano di sviluppo. L'ulteriore digitalizzazione è anche uno dei maggiori miglioramenti, che sta creando uno spazio per l'India sulla mappa globale. La sostenibilità del turismo culturale tenendo presente la nuova era della digitalizzazione è una sfida per un paese come l'India concentrarsi su entrambi gli obiettivi e fornire risultati fruttuosi (Hardy, Beeton, & Pearson, 2010), (Katsoni, Vicky, Stratigea, Anastasia (a cura di), 2016), (Katsoni, Vicky, Segarra-Oña, Marival (a cura di), 2019). Questo documento esplorerà le iniziative che sono state adottate per far incontrare questi due fini e creare una nuova zona di turismo sostenibile mantenendo la presenza culturale e la trasformazione digitale.

La digitalizzazione consente la realizzazione di infrastrutture resilienti in ogni applicazione per raggiungere la sostenibilità. Nel contesto del settore dell'ospitalità, un'infrastruttura resiliente basata sulle tecnologie digitali è fondamentale per ottenere il miglior feedback dei clienti sulla fornitura di un servizio di qualità. La tecnologia digitale ha già dimostrato di migliorare i servizi di ospitalità con decisioni intelligenti attraverso dati in tempo reale. Negli studi precedenti, l'importanza delle tecnologie digitali nel settore alberghiero è stata estesa in numerosi studi teorici ed empirici, tuttavia mancano ricerche che forniscano una discussione sui sistemi di feedback nell'ospitalità con applicazioni delle tecnologie digitali. Con la motivazione degli aspetti di cui sopra, questo studio intende presentare l'importanza e l'applicazione dell'Internet delle cose (IoT), dell'intelligenza artificiale (AI), del cloud computing e dell'implementazione dei big data nella qualità e nella soddisfazione del cliente. Inoltre, abbiamo discusso il significato e l'applicazione di ciascuna tecnologia per realizzare la qualità e la soddisfazione del cliente basate sul digitale. È stato identificato che il sistema basato sull'intelligenza artificiale raccoglie i dati di input da diversi siti Web comuni e li confronta con un diverso algoritmo utilizzando una rete neurale. Secondo i risultati di questo studio, l'intelligenza artificiale e la qualità del servizio del personale hanno un impatto sul piacere e sulla fedeltà dei clienti.



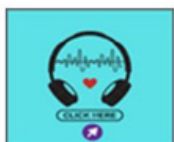
La trasformazione digitale e le competenze digitali, come parte della rivoluzione digitale, sono emerse, sono ancora in evoluzione e hanno influenzato le nostre vite in molti modi. Questa digitalizzazione ha avuto un impatto anche sul settore dell'ospitalità offrendo un'esperienza di viaggio senza contatto, senza soluzione di continuità e di alta qualità. Dopo il COVID-19, la salute e la sicurezza sono la massima priorità nelle operazioni alberghiere. L'igiene e l'igiene degli ospiti sono diventati il fattore decisivo per il marchio per gli ospiti e, successivamente, l'aspetto chiave della soddisfazione degli ospiti e dei Servizi.

Munjal eSingh (2021) hanno affermato che con l'avvento dell'epidemia di COVID, la digitalizzazione e gli strumenti basati sulla tecnologia sono molto necessari al settore dell'ospitalità indiano per abbracciare la tendenza e competere nell'esperienza globale degli ospiti. Kapoor eKapoor (2021) hanno condotto uno studio qualitativo ed esplorativo per ottenere approfondimenti sugli strumenti di marketing digitale negli hotel indiani a 5 stelle e hanno scoperto che le piattaforme online sono uno strumento popolare per ottenere portata globale, coinvolgimento dei dipendenti, fidelizzazione dei clienti e riconoscimento. Kaushal e Srivastava (2020) hanno scoperto che le SOP igieniche e l'ottimismo sono i temi più importanti emersi dall'epidemia di COVID per l'ospitalità indiana. Davahli, Karwowski, Sonmez e Apostolopoulos (2020) hanno eseguito una revisione sistematica per indagare le problematiche attuali nel settore dell'ospitalità nell'era del COVID-19 e hanno scoperto che la maggior parte della letteratura confrontava le crisi di sanità pubblica nel periodo pre e post-pandemico e ha misurato l'impatto della pandemia di COVID-19 sugli aspetti economici.

Mohanty et. al. (2020) hanno ritenuto che la realtà aumentata mobile e basata sul web sia estremamente vantaggiosa dopo la pandemia per creare esperienze personalizzate, sicure, innovative e memorabili. Inoltre, gli strumenti ICT, come VR e AR, possono avere un impatto enorme sui tour turistici, sull'educazione turistica, sul cibo e sulle bevande e sul MICE (riunioni, incentivi, conferenze e mostre) sperimentando la soddisfazione attraverso dispositivi multisensoriali senza contatto, senza soluzione di continuità e senza sforzo.

Sandeep et. al. (2020) hanno studiato le implicazioni socioeconomiche del COVID-19 in diversi settori mediante un'analisi completa della letteratura e osservazioni di vita reale.

I dispositivi IoT, come app mobili e sensori, potrebbero essere utilizzati per preparare le politiche future e il processo decisionale strategico. Gli hotel ora si evolvono e si connettono con l'IoT ("Connected Room" di Hilton e Marriott), l'intelligenza artificiale ("Connie" di Hilton Hotels), la realtà aumentata (che consente di amplificare/migliorare le fotografie attraverso filtri ed effetti), la realtà virtuale (VR tour degli hotel indiani di Mumbai), tecnologia di riconoscimento, tecnologia delle impronte digitali, scansione della retina, identificatori biometrici (Marriott, Cina), misure di sicurezza informatica per ridurre gli attacchi informatici, attacchi ransomware (Nexos by Igor).



62. Caso di studio sulla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile in Cina

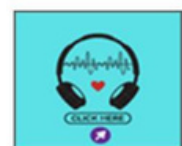
Tendenza 1: digitalizzazione

Il COVID-19 non ha solo accelerato la digitalizzazione nel business-to-consumer (B2C) applicazioni e canali, ma anche la parte tradizionalmente meno digitalizzata dell'economia, come le aree che richiedono interazioni fisiche e i processi business-to-business (B2B).

Prima del COVID-19, la Cina era già un leader digitale nelle aree rivolte ai consumatori: rappresentano il 45% delle transazioni e-commerce globali da dispositivi mobili la penetrazione dei pagamenti è stata tre volte superiore a quella degli Stati Uniti. I consumatori e le imprese in Cina hanno accelerato l'uso delle tecnologie digitali a seguito del COVID-19. Secondo i nostri sondaggi mobile tra i consumatori cinesi, circa il 55% probabilmente continuerà ad acquistare più generi alimentari online dopo il picco della crisi. Le vendite digitali di Nike in Cina nel primo trimestre sono aumentate del 30% su base annua dopo che la società ha lanciato gli allenamenti a casa tramite la sua app mobile, mentre la piattaforma immobiliare Beike ha affermato che le visite di proprietà agevolate dagli agenti nel suo showroom di realtà virtuale a febbraio sono aumentate di quasi 35 volte rispetto al prec (McKinsey & Company. (2020).



Figure 61, Source: Andrea Piacquadio



63. Rete professionale per l'ospitalità sostenibile

Rete professionale è una parola che può infondere timore anche nei pionieri più sicuri ed esperti, spesso evocando immagini di discussioni informali scambi di biglietti da visita in una stanza piena di estranei, ma nel complesso abbiamo contatti competenti e contribuiamo un'opportunità per sviluppare e promuovere questa organizzazione può ricevere ricompense sia da parte che da parte di esperti. Bruines, L. (2008).

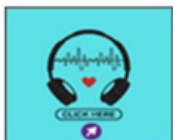
Uno degli straordinari vantaggi dell'amministrazione dei sistemi è l'opportunità di trarre vantaggio dagli incontri delle persone che ti hanno preceduto. Attraverso l'amministrazione dei sistemi, avrai l'opportunità di collaborare con persone del settore alberghiero e dei viaggi che sono più avanti di te nella loro professione. Bruines, L. (2008).

Sfrutta al massimo questa fantastica porta aperta richiedendo la loro raccomandazione e prestando attenzione ai suggerimenti che potrebbero offrire. Dopo poco tempo, acquisirai informazioni e scoprirai che sempre più persone che incontri nelle occasioni di amministrazione dei sistemi sono più competenti di te nelle loro professioni. Questa è la tua opportunità per trasmettere la guida che hai ricevuto e tutte le conoscenze che hai effettivamente avanzato lungo il percorso. Bruines, L. (2008).

Rete professionale accessibile a più opportunità, in effetti, questa rientra nell'età di piombo, ma è davvero un mostruoso vantaggio dell'amministrazione dei sistemi. In ogni caso, non è al primo posto nella nostra lista, poiché di solito non è qualcosa che accade immediatamente. Dopo che avrai acquisito la certezza, avviato delle amicizie stabilito la tua posizione, allora inizierai a vedere un'espansione di preziose porte aperte.

Allo stesso modo ogni altra persona sta costruendo la propria immagine e nessuno ha bisogno di proporti di associarti a porte aperte nel caso in cui non hai precedentemente deciso di affidarti a loro. Bruines, L. (2008).

I contatti che ottieni dall'amministrazione di sistema potrebbero influenzare immediatamente la tua professione, tuttavia sono diversi vantaggi dell'amministrazione di sistema che avranno un effetto reale per tutta la tua vita. Che tu stia cercando una posizione temporanea o sia pronto a reclutare un sostituto, l'organizzazione ti dà l'opportunità di conoscere persone nel settore della cordialità.



64. Rete professionale per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile

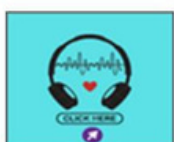
I progressi del settore dell'ospitalità hanno nuovi uffici e avranno effetti più significativi e più profondi. Dovrebbero provocare una diminuzione del settore dei viaggi di massa, amministrazioni personalizzate e gestibilità. Il business dell'amicizia è stato uno dei primi ad adottare l'innovazione. Nel lungo termine, la digitalizzazione ha cambiato quest'area e si prevede che porterà cambiamenti molto più significativi nel mondo post-Coronavirus. La futura cordialità cambierà profondamente sulla base dell'utilizzo ampliato delle innovazioni del settore e dei diversi comportamenti e inclinazioni dei clienti. (Zeqiri, Dahmani & Youssef, 2020 e Chandola, 2016).

L'attuale revisione esplora gli effetti del nuovo afflusso di anticipi sul settore dell'ospitalità. Prende alcuni impegni. Per cominciare, descrive l'industria dell'ospitalità e le innovazioni che stanno rimodellando l'industria del turismo.

Analizza le difficoltà che il futuro settore dell'ospitalità si troverà a fronteggiare e come l'industria dell'ospitalità potrebbe ridurre l'industria del turismo di massa e consentire amministrazioni e gestibilità personalizzate. Esamina inoltre come assomiglierà la futura area di gestione dell'ospitalità in un mondo post-Coronavirus. (Zeqiri, Dahmani & Youssef, 2020 e Chandola, 2016).

Le capacità digitali come le informazioni riunite, l'indagine e i sistemi computerizzati potenziano il mix di business e IT, influenzano l'esperienza del cliente e i cicli funzionali. Ciò si traduce in una maggiore efficienza, redditi più elevati e riduzioni dei costi. Un modello è la struttura caratterizzata da Cap Gemini (2011). Sull'effetto che le abilità avanzate hanno sull'esperienza del cliente, sui cicli funzionali e sui piani d'azione. Numerose prospettive caratterizzate nella struttura, ad esempio, processi cliente più fluidi, solidità multicanale, autoamministrazione, miglioramento dell'esecuzione, possibilità per i lavoratori di lavorare ovunque e in qualsiasi momento con una corrispondenza più ampia e più rapida, semplicità funzionale, progresso da fisico ad avanzato e l'adesione al rischio, infatti, influenza anche gli aspetti della gestibilità nel portare avanti il lavoro. (Zeqiri, Dahmani & Youssef, 2020 e Chandola, 2016).

ABB ha presentato oggi le scoperte di un'altra indagine mondiale condotta sui pionieri del business globale e dell'innovazione sul cambiamento moderno, esaminando la convergenza tra digitalizzazione e sostenibilità. La ricerca, "Miliardi di scelte migliori: il nuovo obiettivo del cambiamento moderno", esamina la continua adozione del Modern Web of Things (IoT) e la sua reale capacità di sviluppare ulteriormente l'efficienza energetica, riducendo gli scarichi di sostanze dannose per l'ozono e guidando



modifica. L'obiettivo della nuova ricerca ABB è quello di stimolare il dibattito all'interno dell'industria riguardo alle straordinarie possibilità di utilizzare l'IoT moderno e coinvolgere organizzazioni e lavoratori a decidere scelte migliori che possano aiutare sia la gestibilità che la realtà. (Zeqiri, Dahmani & Youssef, 2020 e Chandola, 2016).

Dallo studio è emerso che la "competitività futura" di un'organizzazione è il principale fattore – citato dal 46% degli intervistati – nella maggiore attenzione delle aziende industriali alla sostenibilità. Tuttavia, mentre il 96% dei decisori globali considera la digitalizzazione "essenziale per la sostenibilità", solo il 35% delle aziende intervistate ha implementato soluzioni di IoT industriale su larga scala. Questo divario dimostra che, sebbene molti dei leader industriali di oggi riconoscano l'importante relazione tra digitalizzazione e sostenibilità, l'adozione di soluzioni digitali pertinenti per consentire decisioni migliori e raggiungere obiettivi di sostenibilità deve accelerare in settori come la produzione, l'energia, l'edilizia e i trasporti. (Zeqiri, Dahmani & Youssef, 2020 e Chandola, 2016).

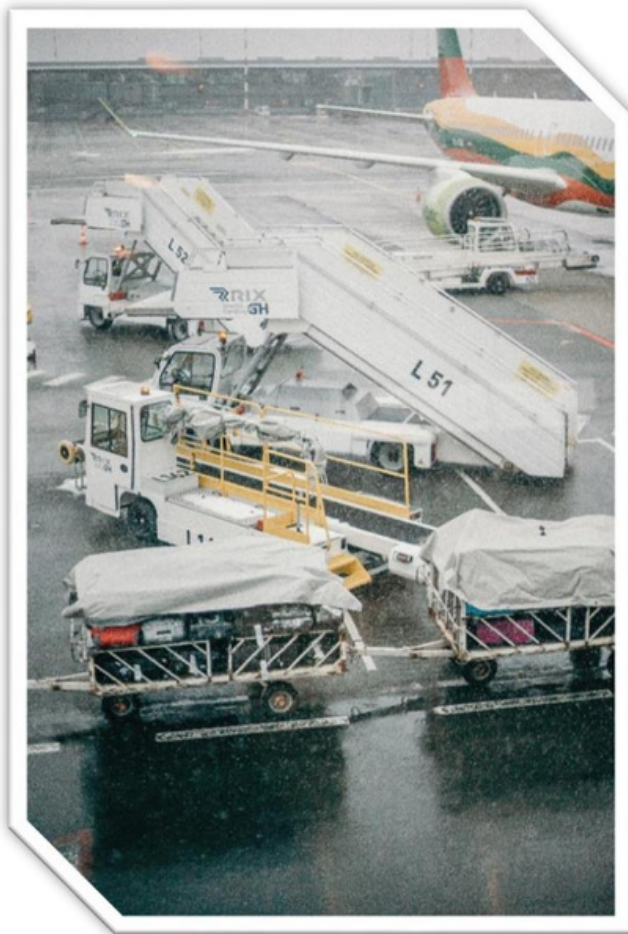
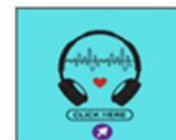


Figura 62, Fonte: studio Cottonbro



65. Riassunto

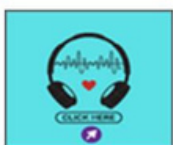
Il materiale didattico spiega come apprendere digitalmente l'ospitalità sostenibile e far progredire le competenze digitali, come infondere la digitalizzazione negli ambienti di lavoro dell'ospitalità, come misurare la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile. La guida comprende una serie di pratiche internazionali raccolte e casi di studio sulla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile e le offerte di mercato esistenti per la digitalizzazione dell'ospitalità che porta alla sostenibilità.

La Guida fornisce una revisione delle competenze necessarie per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile, incluso il "Quadro delle competenze per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile per gli specialisti dell'ospitalità", illustra le statistiche più recenti, spiega diversi indicatori relativi alla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile, le radici e le tendenze per gli sviluppi.

Gli strumenti forniscono un'ampia rassegna degli aspetti relativi alla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile e allocati in diversi database, articoli scientifici, siti web delle società digitali, database statistici e altro. Gli argomenti sono piuttosto nuovi, la ricerca è in continuazione e in fase di ulteriore analisi, tuttavia i dati selezionati aiutano ad ottenere una revisione dettagliata dei termini, della terminologia, delle spiegazioni per ulteriori studi individuali di ogni aspetto individualmente sull'interesse del lettore.

La Guida include una revisione e una sintesi con i collegamenti ai relativi documenti normativi e fornisce una spiegazione su cosa sia il Piano d'azione per l'educazione digitale. Il libro include anche un quadro teorico sulla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile che copre definizioni e concetti come sostenibilità, obiettivi di sviluppo sostenibile, ospitalità, ospitalità sostenibile, confronto tra digitalizzazione e digitalizzazione sostenibile, spiegando anche quale sia il kit di strumenti per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile, compresi approfondimenti sia sul concetto di ospitalità sostenibile che sul processo di ospitalità sostenibile.

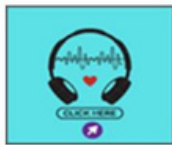
Il consorzio esamina le competenze digitali e di digitalizzazione, le competenze green, lo sviluppo della fiducia in se stessi rispetto alle competenze green, digitali e di digitalizzazione. Il quadro delle competenze per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile per gli specialisti dell'ospitalità è stato sviluppato sulla base del quadro delle competenze digitali per i cittadini sulla base di DigComp 2.0, 2.1, 2.2. Gli autori hanno esaminato gli approcci per integrare la sostenibilità, ESDGC, nel contenuto della digitalizzazione dell'ospitalità. La guida spiega come lo sviluppo di idee imprenditoriali sia supportato dalle competenze e come apprendere digitalmente l'ospitalità sostenibile e far progredire le competenze digitali, come infondere la digitalizzazione negli ambienti di lavoro dell'ospitalità, come misurare la digitalizzazione e la sostenibilità dell'ospitalità sostenibile utilizzando il metodo



indicatori di ospitalità sostenibile e indicatori di digitalizzazione nonché digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile con rilevanza per il GRI (Global Reporting Indicators e altre metriche). La Guida spiega il significato della doppia transizione e fornisce una rassegna delle pratiche internazionali di digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile. Il libro spiega otto stili di apprendimento e i materiali sviluppati si basano sul concetto di abbinamento di questi otto stili di apprendimento fornendo così informazioni testuali, informazioni visive, informazioni audio, simulazioni, possibilità di coinvolgere la natura nel processo di apprendimento, ad esempio lettura, ascolto, o completare le attività all'esterno.

La guida spiega le principali sfide legate alla digitalizzazione, fornisce un'analisi statistica sull'uso delle competenze digitali e sull'uso delle tecnologie digitalizzate dell'ospitalità (ristoro e ristorazione, pulizie, giardinaggio, piscine), statistiche sull'uso della soluzione digitale per le attività operative e processi amministrativi (contabilità, sistemi di prenotazione, sistemi di check-in, sistemi di guest experience).

Il libro elenca i vantaggi economici derivanti dalle pratiche di digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile e i benefici dell'azione per il clima derivanti dalle pratiche di digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile, nonché gli sviluppi mondiali e regionali nella digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile.



66. Conclusione

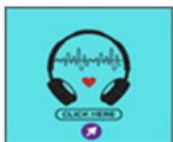
L'obiettivo dei partenariati di cooperazione KA220-VET nell'istruzione e formazione professionale "Kit di strumenti per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile" nel campo dell'IFP (sia iniziale che continua) è quello di migliorare l'accesso alla formazione e alle qualifiche per tutti sostenendo la condivisione delle risorse e fornendo servizi iniziali e/o la formazione continua del personale, rafforzare ulteriormente le competenze chiave nell'IFP iniziale e continua, in particolare le competenze digitali, le competenze verdi e l'occupabilità.

L'obiettivo del progetto di sviluppare una guida alla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile per gli studenti dell'IFP iniziale e continua è stato raggiunto.

La guida offre una revisione del quadro teorico della digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile, delle relative definizioni, abilità e competenze strutturate in un quadro di competenze per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile. Il materiale didattico spiega come apprendere digitalmente l'ospitalità sostenibile e far progredire le competenze digitali, come infondere la digitalizzazione negli ambienti di lavoro dell'ospitalità, come misurare la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile. La guida comprende una serie di pratiche internazionali raccolte e casi di studio sulla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile e le offerte di mercato esistenti per la digitalizzazione dell'ospitalità che porta alla sostenibilità.

La guida è utile per:

- Discenti dell'IFP iniziale e continua,
- Dipendenti del settore dell'ospitalità: studenti, professionisti dell'ospitalità in linea con le esigenze e le aspettative individuali dei datori di lavoro e del mercato del lavoro per sostenere meglio la competitività e l'occupazione nel settore dell'ospitalità a livello regionale e locale;
- Amatori per aggiornare le informazioni sulla digitalizzazione per l'ospitalità sostenibile;



67. Glossario

Ambito della tecnologia digitale

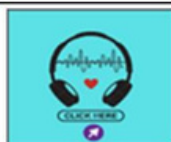
Le categorie seguenti hanno costituito la base per esaminare il ruolo delle tecnologie digitali nel supportare la transizione verde di vari settori e per identificare le funzioni chiave che le tecnologie digitali abilitano per la transizione verde. Sebbene le categorie forniscano una panoramica, non sono complete ed esistono interconnessioni significative tra le categorie.

(Muench, S. et al, 2022).

Tabella 35: Glossario: ambito della tecnologia digitale

Area di messa a fuoco

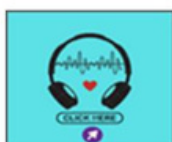
Descrizione	Tecnologie incluse (non esaustive)	
Artificiale Si fa riferimento all'Intelligenza Artificiale e Elaborazione di immagini, video		
Intelligenza e alla robotica intelligente audio robotica intelligente una visualizzano Assistenti informazioni intelligenti di raccomandazione comportamento analizzando il loro ambiente erobotica dei processi intraprendere azioni – grado di autonomia – raggiungere obiettivi Elaborazione del linguaggio naturale Gestione basata sull'intelligenza artificiale sistemi Basato sui dati tecnologie ad applicazioni quantità di dati Analisi	famiglia di tecnologie che virtuali e sistemi con un certo e veicoli automatizzati per Hardware ottimizzato per specifici "intelligenza artificiale"	
Internet di Cose nale algoritmico azioni. Analisi della sicurezza e intelligence sulle minacce	L'Internet of Things può essere definito come un insieme di oggetti fisici incorporati con sensori o attuatori e collegati a una rete.	Dispositivi mobili e indossabili Sensori e dispositivi intelligenti Piattaforme dell'Internet delle cose Tecnologie di geolocalizzazione
Informatica infrastruttura	L'infrastruttura informatica è un termine generico che rappresenta una raccolta di elementi hardware e software che abilitano un'organizzazione per eseguire operazioni informatiche come l'archiviazione dei dati	Calcolo ad alte prestazioni Cloud computing Informatica perimetrale Informatica quantistica Calcolo ottico Archiviazione dei dati digitali del DNA Transistor a base di grafene



	<p>ed elaborazione, networking, simulazione e visualizzazione. L'informatica quantistica è un paradigma informatico emergente, proponendo nuove infrastrutture e algoritmi informatici che sono significativamente diversi da quelli classici computer e supercomputer.</p>	<p>Calcolo della nebbia Calcolo distribuito Centri dati</p>
Comunicazione tecnologie	<p>Le tecnologie della comunicazione sono un ombrello termine che si riferisce a una raccolta di hardware e elementi software che abilitano un'organizzazione per inviare e ricevere informazioni a lungo distanze.</p>	<p>Reti 5G ed dispositivi portatili</p> <p>Reti definite dal software Reti 6G Protocollo Internet versione 6 Wi-Fi (tecnologia di rete wireless)</p> <p>WiMAX - Interoperabilità mondiale per le microonde</p> <p>Accesso LoRa (abbreviazione di Long Range) Area ampia a basso consumo</p> <p>Protocollo di rete Bluetooth Comunicazione basata sul satellite Droni</p>
Software e servizio tecnologie	<p>Le tecnologie software e di servizi sono un termine generico che si riferisce alle attività di un settore specifico interessato al sviluppo, manutenzione e pubblicazione di prodotti software. Il termine comprende anche il fornitura di servizi di supporto aziendale, tecnici assistenza e formazione, ingegneria, consulenza, e documentazione.</p>	<p>Interfacce di programmazione delle applicazioni, servizi web, e microservizi (ad esempio registri emergenti,</p> <p>focalizzato sull'integrazione di software esistenti)</p> <p>Tecnologie di bus di servizio aziendale e utilità di servizio</p> <p>(ad esempio raccolta, elaborazione e trattamento di dati aperti e collegati diffusione, modelli di erogazione dei servizi di prossima generazione)</p> <p>Processi industriali e programmazione delle macchine e sistemi integrati Produzione additiva (stampa 3D/4D) Nanotecnologie (ad esempio microprocessori e software</p>



		componenti) Tecnologie di identificazione (es. RFID, codici QR, codici a barre codici)
Distribuito Registro tecnologie	Una tecnologia di registro distribuito è a modalità decentralizzata di registrazione delle risorse transazioni. La registrazione avviene in diversi posti allo stesso tempo.	Criptovalute Contratti intelligenti Organizzazioni autonome decentralizzate Finanza decentralizzata Economia tokenizzata (ad esempio offerte iniziali di monete, sicurezza offerte di token, token non fungibili
Bioispirato e neuromorfico o informatica	Il 'calcolo bioispirato e neuromorfico' Il cluster comprende una vasta gamma di ricerche sforzi sviluppi, che condivide la comunanza di: 1) una preoccupazione per il corpo e connessioni cerebrali e 2) la determinazione esplorare il modo di comprendere, visualizzare e stimolare questa connessione attraverso mezzi digitali, in senso lato. La realtà estesa e i	Mente2macchina2mente Riparazione sensoriale Elettrostimolazione Paradigmi neuromorfici
Esteso realtà e metaversi	metaversi comprendono a cluster di tecnologie che mirano a: 1) aumentare le informazioni disponibili e la loro provenienza una data cornice percettiva e informativa azione, 2) simulare opzioni o addirittura interamente ecosistemi immaginati, 3) visualizzare e interagire con queste realtà aumentate o virtuali, e 4) costruirli come completamente interattivi, arricchiti e ambienti immersivi.	Informatica sociale Realtà aumentata Realtà mista Realtà virtuale Ologrammi interattivi Ambienti aumentati Ambienti immersivi Avatarizzazione Metaversi
Altro Tecnologie (Fonte: Muench, S. et al, 2022).	digitali non classificabili nelle categorie precedenti o nuove tecnologie.	Tecnologie digitali non classificabili nelle precedenti categorie o nuove tecnologie



68. Riferimenti

Adedoyin, F., Bekun, F. (2020) Modellazione dell'interazione tra turismo, consumo energetico, emissioni inquinanti e urbanizzazione: prove rinnovate dal panel VAR. *Ricerca sulla scienza ambientale esull'inquinamento*, 27: 38881–38900.

Estratto da: <https://doi.org/10.1007/s11356-020-09869-9>

Agyeiwaah, E., Mckercher, B., Suntikul, W. (2017). Identificare gli indicatori chiave del turismo sostenibile: un percorso da seguire?. *Prospettive della gestione del turismo*, 24:26-33. DOI:10.1016/j.tmp.2017.07.005 Estratto da: <https://www.researchgate.net/publication/318436192>

AirBaltic (2022). AirBaltic conclude City Collection emettendo con successo il quattordicesimo NFT su OpenSea. Estratto il 22 novembre 2022 da: <https://www.airbaltic.com/en/airbaltic-concludes-city-collection-by-successfully-issuing-fourteenth-nfts-on-opensea>

AirBaltic (2022). AirBaltic raddoppia il numero di prenotazioni da dispositivo mobile rispetto al 2021. Estratto il 22 novembre 2022 da: <https://www.airbaltic.com/en/airbaltic-doubles-number-of-mobile-bookings-compared-to-2021>

AirBaltic (2022). AirBaltic migliora il suo programma fedeltà con 10.000 oggetti da collezione digitali - Planies. Estratto il 22 novembre 2022 da: <https://www.airbaltic.com/it/airbaltic-migliora-il-programma-fedeltà-con-planies>

AirBaltic (2022). AirBaltic riceve un premio per il suo sistema di preordine dei pasti e il servizio SKY. Estratto da: <https://ww2w2.airbaltic.coNmov/enm/abirreb,altic-receives2-0a2w2ard-for-its-meal-pre-order-system-and-sky-service>

Altexsoft. (2020). Sistema di prenotazione centrale per hotel: spiegazione delle funzionalità e del software CRS. Estratto da: <https://www.altexsoft.com/blog/central-reservation-system-hotel/>

Amankwah-Amoah, J., Khan, Z., Wood, G., & Knight, G. (2021). COVID-19 e digitalizzazione: la grande accelerazione. *Giornale di ricerca aziendale*, 136, 602–611. Estratto da: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.08.011>

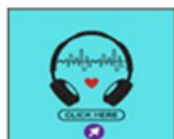
Antonio, N., Rita, P. (2021). COVID 19: il catalizzatore della trasformazione digitale nel settore dell'ospitalità? *Studi sul turismo esulla gestione*, 17(2), 41–46. Estratto da: <https://doi.org/10.18089/tms.2021.170204>

Arthur, C. (2022, 8 agosto). Cosa sono le competenze verdi? UNIDO. Estratto il 26 febbraio 2023 da: <https://www.unido.org/stories/what-are-green-skills>

Attala J. (2018, 30 ottobre). 7 consigli per risparmiare sulla gestione energetica degli hotel. Estratto il 26 febbraio 2023 da: [https://www.hotelmanagement.net/tech/7-](https://www.hotelmanagement.net/tech/7-consigli-di-risparmio-per-la-gestione-energetica-per-gli-hotel)

[consigli-di-risparmio-per-la-gestione-energetica-per-gli-hotel](https://www.hotelmanagement.net/tech/7-consigli-di-risparmio-per-la-gestione-energetica-per-gli-hotel)

Augray.com (2022, 7 settembre). La realtà aumentata nel settore dell'ospitalità. Estratto da: <https://www.augray.com/blog/augmented-reality-in-hospitality-industry/>



Bikse, V., Lusena-Ezera, I., Rivza, P., Rivza, B. (2021). Lo sviluppo della trasformazione digitale e le competenze rilevanti per i dipendenti nel contesto dell'impatto della pandemia di COVID-19 in Lettonia. *Sostenibilità* 2021, 13(16), 9233; Estratto da: <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/16/9233>

Bloomberg, J. (29 aprile 2018). Digitalizzazione, digitalizzazione e trasformazione digitale: confonderli a vostro rischio e pericolo. *Forbes*. Estratto da: <https://www.forbes.com/sites/jasonbloomberg/2018/04/29/digitization-digitalization-and-digital-transformation-confuse-them-at-your-peril/?sh=1324c5be2f2c>

Booking.com. (2022, ottobre). Spontetecnologia: come la tecnologia guiderà i viaggi. Estratto da: <https://www.booking.com/articles/spontetchnaity-how-tech-will-drive-travel.en-gb.html>

Bradley, K. (2007). Definire la sostenibilità digitale. *Library Trends*, 56(1), Progetto MUSE, Johns Hopkins University Press, 148–163, doi:10.1353/lib.2007.0044. Estratto da: <https://muse.jhu.edu/article/223247>

Marrone, T. (2021). I7KPI più importanti per il settore alberghiero. Estratto da: <https://www.mews.com/en/blog/hotel-industry-kpis>

Bruines, L. (2008). Principali vantaggi del networking per i professionisti del settore alberghiero. Estratto da: <https://hospitalityinsights.ehl.edu/top-benefits-networking-hospitality-industry-professionals>

Buhalis, D., Leung, R. (2018). Ospitalità intelligente: interconnettività e interoperabilità verso un ecosistema. *Giornale internazionale di gestione dell'ospitalità*, 71, 41-50.

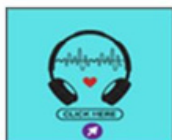
Buhmann, A., Probabilmente, F. (2018). Valutazione e misurazione nella comunicazione strategica. In RL Heath, W. Johansen (a cura di): *L'enciclopedia internazionale della comunicazione strategica*. pp. 652-640. Malden, MA: Wiley-Blackwell.

Bumann, J., Peter, M. (2019). Campi d'azione della trasformazione digitale: una revisione e un'analisi comparativa dei modelli e dei quadri di maturità della trasformazione digitale. *Digitalizzazione e altre forme di innovazione gestionale*, 2, 13-40.

Burinskienė, A., Seržante, M. (2022). La digitalizzazione come indicatore della sostenibilità nell'Unione Europea. *Sostenibilità* 2022, 14, 8371. <https://doi.org/10.3390/su14148371> Estratto da: <https://vb.vgtu.lt/object/elaba:135506860/135506860.pdf>

Busulwa, R., Pickering, M., Mao, I. (2022). Competenze di trasformazione digitale e gestione dell'ospitalità: verso un quadro integrativo. *International Journal of Hospitality Management*, volume 102, aprile 2022, 103132. Estratto da: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0278431921002759>

Calvino, F., Criscuolo, C. (2019). Dinamiche aziendali e digitalizzazione. Documenti politici dell'OCSE su scienza, tecnologia e industria, n. 62, Pubblicazioni OCSE, Parigi, Estratto da: <https://doi.org/10.1787/6e0b011a-en>



Camison, C. (2000). Atteggiamenti strategici etecnologie dell'informazione nel settore dell'ospitalità: un'analisi empirica. *Giornale internazionale di gestione dell'ospitalità*, 19, 125–143.

Campbell K. (2022, 14 gennaio). Tablet per camere d'albergo: la guida completa. Blog Cvent. Estratto da: <https://www.cvent.com/en/blog/hospitality/hotel-room-tablets>

Carlisle, S., Ivanov, S. e Dijkmans, C. (2021). Il divario delle competenze digitali: prove dal settore turistico europeo. *Giornale dei futuri del turismo*, vol. prima della stampa N. prima della stampa. Estratto da: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JTF-07-2020-0114/completo/html>

CBI. (2021, novembre). Quali tendenze offrono opportunità o rappresentano minacce per il mercato europeo del turismo outbound? Estratto da: <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/trends>

Chandola, V. (2016). Trasformazione digitale esostenibilità. DOI:10.13140/RG.2.1.3358.0567. Estratto da: https://www.researchgate.net/publication/292983072_Digital_Transformation_and_Sostenibilita

Ciapponi D. (2022). Il divario di competenze nel settore dell'ospitalità. Approfondimenti EHL. Estratto da: <https://hospitalityinsights.ehl.edu/skills-gap-hospitality-industry>

Conway, D., Vincent, K. (a cura di) (2021). *Rischio climatico in Africa: adattamento e resilienza*. Cham, Svizzera: Palgrave Macmillan

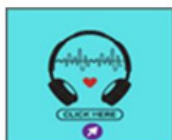
CybercomGroup. (2023). Sostenibilità digitale. Estratto il 26 febbraio 2023 da: <https://static1.squarespace.com/static/59dc930532601e9d148e3c25/t/5a2c97b5e4966be66fae2716/1512871882345/Cybercom-Digital-Sustianability-full+report.pdf>

Cystat.gov. (2020, 12 agosto). Arrivi di turisti ed entrate. Raccolta dati da parte di CYSTAT. Estratto il 25 ottobre 2022 da: <https://www.cystat.gov.cy/en/DataCollection>

Deloitte. (nd) Un progetto per la trasformazione verde della forza lavoro. Estratto il 26 febbraio 2023 da: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/consultancy/deloitte-uk-un-progetto-per-la-trasformazione-della-forza-lavoro-verde.pdf>

Deloitte. (nd). Trasformare la tua organizzazione per l'economia verde. Estratto il 26 febbraio 2023 da: <https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/consulting/articles/green-skills-for-green-economy.html>

DigComp. (nd). Vuoi valutare il tuo livello di competenza nelle competenze digitali? Estratto il 26 febbraio 2023 da: <https://www.digcomptest.eu/index.php?pg=quadro>



DigComp. (nd). Uno strumento di test online che mappa le tue competenze digitali utilizzando il framework Digcomp. Estratto il 26 febbraio 2023 da: <https://digcomp.digital-competence.eu/>

Team per l'adozione digitale. (2023). Statistiche sulla trasformazione digitale e competenze digitali [2022-2023]. Estratto il 26 febbraio 2022 da: <https://www.digital-adoption.com/digital-transformation-statistics/>

#:~:text=69%25%20of%20employers%20say%20they,technology%20Orientato%20lavori%20(Microsoft)

PMI digitale. (nd) Digitalizzazione sostenibile. Estratto il 26 febbraio 2023 da: <https://www.digitalsme.eu/what-is-sustainable-digitalisation/>

Dubois, G., Ceron, JP, Gössling, S., Hall, CM (2016). Preferenze meteorologiche dei turisti francesi: lezioni per la valutazione dell'impatto del cambiamento climatico. *Cambiamento climatico* 136, 339–351. Estratto da: <https://doi.org/10.1007/s10584-016-1620-6>

Duve.com. (2022). Cosa c'è di nuovo? Cosa non lo è? Il nostro punto di vista sulle principali tendenze dell'ospitalità del 2023. Estratto il 16 novembre 2022 da: <https://duve.com/2023-hospitality-trends/>

Easygoband.com (23 settembre 2022). Digitalizzazione e sostenibilità, il turismo del futuro. Estratto il 26 febbraio 2023 da: <https://www.easygoband.com/blog/digitisation-and-sustainability-the-tourism-of-the-future/>

Efthymiou, L., Morphitis, A., Drousiotis, P. (2022). Iniziative di sostenibilità negli hotel ciprioti e la via da seguire attraverso la comunicazione di marketing digitale. *TECNOLOGIE DIGITALI ALLA LUCE DEL COVID-19*, 140

BORDO. (2023). Chi siamo. Estratto il 26 febbraio 2022 da: <https://www.d-edge.com/about-us/>

Approfondimenti EHL. (nd) 7 tendenze tecnologiche per ristoranti da tenere d'occhio nel 2023. Estratto il 26 febbraio 2023 da: <https://hospitalityinsights.ehl.edu/restaurant-technology-trends>

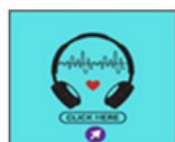
EHotelier (2022). L'importanza di aumentare la digitalizzazione nell'ospitalità.

Estratto 2022 da: <https://insoivgehmtsberhotelier.com/insig1h6ts,/2022/04/13/the-importance-of-increasing-digitization-in-hospitality>

Elkhwesky, Z., El Manzani, Y., & Elbayoumi Salem, I. (2022). Promuovere l'ospitalità e il turismo per promuovere l'innovazione sostenibile: una revisione sistematica dell'emergenza COVID-19 studi correlati e implicazioni pratiche nell'era digitale. *Ricerca sul turismo e l'ospitalità*, 0(0). Estratto da: <https://doi.org/10.1177/14673584221126792>

ElMassah, S., Mohieldin, M. (2020). Trasformazione digitale e localizzazione degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG). *Economia ecologica*. 2020, 169, 106490.

[RifCroce] Estratto da: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0921800919303258>



Eracleos, M. (2022, 21 settembre). Self check-in erobot: il futuro del turismo Estratto da: <https://knews.kathiImnerini.comC.ciyp/reon./business/seSlfA-c.heck-in-and-robots-the-future-of-tourism-in- Cipro>

EUR –Lex. (2020). COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSIGLIO, AL COMITATO ECONOMICO ESOCIALE EUROPEO EAL COMITATO DELLE REGIONI. Piano d'azione per l'istruzione digitale 2021-2027. Reimpostare l'istruzione ela formazione per l'era digitale. Estratto il 26 febbraio 2023 da: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52020DC0624>

Commissione europea. (2017). DigComp 2.1: il quadro delle competenze digitali per i cittadini con otto livelli di competenza ed esempi di utilizzo. Archivio delle pubblicazioni del CCR. Estratto da: <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC106281>

Commissione europea. (2020). Indice dell'economia edella società digitale DESI 2020; Capitoli tematici; Rapporto finale. Unione Europea. 2021. Estratto il 26 febbraio 2022 da: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/digital-economy-and-society-index-desi-2020>

Commissione europea. (2020, 1luglio). La Commissione presenta l'agenda europea delle competenze per la competitività sostenibile, l'equità sociale ela resilienza. Occupazione, affari sociali e inclusione. Estratto il 26 febbraio 2023 da: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=en&catId=89&newsId=9723&furth erNews=sì#navItem-2>

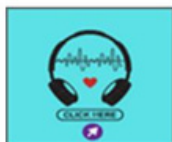
Commissione europea. (2021). Piano per la ripresa ela resilienza di Cipro. Estratto da: https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/recovery-coronavirus/recovery-and-resilience-facility/cyprus-recovery-and-resilience-plan_en

Commissione europea. (2022). Guide all'implementazione di DigComp. Estratto il 26 febbraio 2023 https://joint-research-centre.ec.europa.eu/digcomp/digcomp-implementation-guides_en

Commissione europea. (2022). Indice dell'economia edella società digitale DESI 2022. Estratto da: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/digital-economy-and-society-index-desi-2022>

Commissione europea. (2022). Principali esempi di pratiche di turismo intelligente in Europa. Estratto il 26 febbraio 2022 da: https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/system/files/2022-05/Best%20Practice%20Report_2022_Update.pdf

Commissione europea. (2022, 29 giugno). La doppia transizione verde edigitale: come le tecnologie digitali sostenibili potrebbero consentire un'UE azero emissioni di carbonio entro il 2050. Estratto il 26 febbraio 2023 da: https://joint-research-centre.ec.europa.eu/jrc-news/twin-green-digital-transition-how-sustainable-digital-technologies-could-enable-carbon-neutral-eu-2022-06-29_it



Commissione europea. (2022, 25 ottobre). ESCO introduce l'etichettatura delle competenze digitali edei concetti di conoscenza! Estratto il 26 febbraio 2023 da: <https://esco.ec.europa.eu/en/news/esco-introduces-digital-skills-and-knowledge-concepts-labelling>

Commissione europea. (2023). Iniziativa sul turismo intelligente. Estratto il 26 febbraio 2022 da: https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/index_en

Commissione europea. (nd). Piano d'azione per l'istruzione digitale (2021-2027). Estratto da: <https://education.ec.europa.eu/focus-topics/digital-education/about/digital-education-action-plan>

Commissione europea. (nd). Spazio europeo dell'istruzione. Istruzione e formazione di qualità, tutti.perEstratto febbraio,2 d6a: [https://education.ec.europa.eu/focus-topics/digital-education-](https://education.ec.europa.eu/focus-topics/digital-education/about/digital-education-)

actionplan#:~:text=What%20is%20the%20Digital%20Education,States%20a%20l'era%20digitale%.

Commissione europea. (nd). La classificazione ESCO. Estratto il 26 febbraio 2023 da: <https://esco.ec.europa.eu/en/classification>

Parlamento europeo. (2017). RELAZIONE sull'azione dell'UE a favore della sostenibilità. Estratto il 3 novembre 2023 da: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2017-0239_EN.html

Fisher, D. (2018). La forza trainante del consumatore millenario: la sostenibilità aziendale. Ecosfera. Estratto da: <https://ecosphere.plus/2018/01/22/millennial-consumer-driving-force-corporate-sustainability/>

Frankl, T. (2021). Industria 4.0 edigitalizzazione nel settore alimentare e delle bevande. Estratto da: https://www.krones.com/en/company/press/magazine/innovation/industry-4_0-e-digitalizzazione-nel-settore-alimentare-e-bevande.php

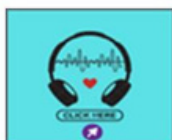
Fuchs, H. (2019). Digitalizzazione sostenibile: la sfida del nostro tempo. Talenti verdi. Estratto <https://wwdaw.greentalents.de/sustainable-digitalisation.php>

Geissinger, M. (nd). Impronte digitali informatiche. [Immagine]. Pexel. Estratto il 26 febbraio 2023 da: <https://www.pexels.com/photo/cyber-fingerprints-12537127/>

Geng, W. (2022). Se ecome itour virtuali gratuiti possono riportare i visitatori. Attualità Turismo.InEstratto da: <https://doi.org/10.1080/13683500.2022.2043253>

Iniziativa di reporting globale. (2023). Catalizzatore per un mondo sostenibile. Estratto il 26 febbraio 2023 da: <https://www.globalreporting.org/about-gri/>

Gomez, DC, Orti, AS, Kuric, S. (2022). Fiducia in se stessi e competenza digitale: determinanti della percezione delle competenze digitali tra i giovani in Spagna. Prima Mente. Estratto da: https://www.researchgate.net/publication/359758418_Self-



fiducia_e_competenza_digitale_determinanti_delle_percezioni_delle_competenze digitali
_tra_i_giovani_in_Spagna 26.02.2023

Gössling, S. (2013). Emissioni nazionali derivanti dal turismo: una sfida politica trascurata? Politica energetica. Estratto da: <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2013.03.058>

Gössling, S., Hall, CM (2006). Incertezze nella previsione dei flussi turistici in scenari di cambiamento climatico. *Cambiamento climatico*, 79, 163–173. Estratto da: <https://doi.org/10.1007/s10584-006-9081-y>

Gray, M. (2021, 12 maggio). 7 vantaggi dell'utilizzo di un chiosco self-service nel settore dell'ospitalità. NEC oggi. Estratto da: <https://nectoday.com/7-vantaggi-dell-utilizzo-di-un-chiosco-self-service-nel-settore-dell-ospitalita/>

Cluster Green-Tech. (2023). Informazioni sul Green Tech Cluster. Estratto il 26 febbraio 2022 da: <https://greentechlatvia.eu/en/home/>

GSTC. (nd). Criteri di settore GSTC per hotel e tour operator. Estratto il 26 febbraio 2023 da: <https://www.gstccouncil.org/gstc-criteria/gstc-industry-criteria/>

Guandalini, I. (2022). Sostenibilità attraverso la trasformazione digitale: una revisione sistematica della letteratura per l'orientamento della ricerca. *Journal of Business Research*, volume 148, settembre 2022, da: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S014829632200426X>

Gutierrez, A. (2018). Giornata Mondiale del Turismo 2018: Sostenibilità e trasformazione digitale UNWTO. da: <http://www.tuunrwistmo.org/world-tourism-day-2018> Estratto

Gyamfi, BA, Bein, MA, Adedoyin, FF, Bekun, FV (2020). In che misura le emissioni inquinanti sono intensificate dagli arrivi turistici internazionali? Prove sorprendenti dai paesi del G7. *Ambiente, Sviluppo, Sostenibilità*. 24, 7896–7917 Estratto da: <https://doi.org/10.1007/s10668-021-01765-7>

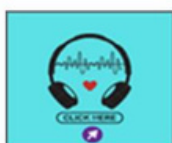
Hayward, J. (2022, 29 ottobre). Perché Airbus ha acquistato la serie Bombardier C? Volo semplice. Estratto da: <https://simpleflying.com/airbus-c-series-purchase/>

Guarire, G. (2012). Riflessioni: definire e misurare la sostenibilità. Estratto da: http://econdse.org/wp-content/uploads/2012/03/heal_defining_and_measuring_sustainability_REEP_2012.pdf

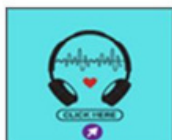
Heath, RL e Johansen, W. (a cura di). *L'Enciclopedia Internazionale della Comunicazione Strategica*, John Wiley & Sons.

Henn na Hotel. (nd) Sito web ufficiale di un hotel. Estratto il 26 febbraio 2023 da: <https://group.hennahotel.com/>

Hibox.tv. (nd). Tavoletta Smartroom. Una soluzione tablet in camera che mette i tuoi servizi a portata di mano dei tuoi ospiti. Estratto il 26 febbraio 2023 da: <https://www.hibox.tv/in-room-tablets.shtml>



- Hollander, J.(2022, 26 gennaio). La trasformazione digitale nel settore alberghiero. Rapporto tecnico dell'hotel.Estratto febbraio6 2022 da: <https://hoteltechreport.com/news/digital-transformation>
- Hoogendoorn, G., Fitchett, JM (2016). Turismo ecambiamento climatico: una revisione delle minacce edelle strategie di adattamento per l’Africa. *Curr Issue Tour*, 21 (7): 742–759. Estratto da: <https://doi.org/10.1080/13683500.2016.1188893>
- HotelBuddy (2022). Hedon SPA &Hotel collabora con HotelBuddy per offrire un'esperienza migliore ai propri ospiti. Estratto il 16 novembre 2022 da: <https://hotelbuddy.eu/hedon-spa-hotel-signs-up-with-hotelbuddy-to-offer-a-better-experience-for-their-guests>
- HotelBuddy (2022). Grand Poet di Semarang Hotels sceglie HotelBuddy come partner per le soluzioni online per gli ospiti. Estratto il 16 novembre 2022 da: <https://hotelbuddy.eu/grand-poet-by-samarah-hotels-chooses-hotelbuddy-as-their-online-guest-solution-partner>
- HotelTechReport. (2022). I 10 migliori strumenti di check-in senza contatto per gli hotel 2023. Estratto il 16 novembre 2022 da: <https://hoteltechreport.com/contactless-checkin>
- Scuola alberghiera. (2022. 1settembre). Kit di strumenti per la digitalizzazione dell’ospitalità sostenibile. Estratto il 26 febbraio 2023 da: <https://hotelschool.lv/en/sustainable-hospitality-digitalisation-toolkit/>
- Hussain, CM(a cura di) eVelasco-Munoz, JF(a cura di) (2021). Gestione sostenibile delle risorse: approccio econtesti moderni. Elsevier, 1-21
- InBusinessNews (2022, 2febbraio). Questi sono i nuovi hotel che vedremo quest'anno (foto). Estratto da: <https://inbusinessnews.reporter.com.cy/business/travel-tourism/article/299748/afta-einai-ta-nea-xenodocheia-poy-tha-doyme-fetos-photos>
- innolytics.ag. (nd). Cos’è la digitalizzazione? Estratto il 26 febbraio 2023 da: <https://innolytics.net/what-is-digitalization/>
- INTELLIGENZA. (22 aprile 2016). Ospitalità verde: come la tecnologia delle camere d'albergo sta promuovendo un'industria eco-compatibile. Estratto il 26 febbraio 2023 da: <https://integrity.com/blog/green-hospitality-how-hotel-room-technology-is-promoting-an-eco-friendly-industry/>
- i-scoop. (nd). Digitalizzazione, digitalizzazione, digitale e trasformazione: le differenze. Estratto il 26 febbraio 2023 da: <https://www.i-scoop.eu/digital-transformation/digitization-digitalization-digital-transformation-disruption/>
- Jackson, M.(30 giugno 2020). 5strategie di trasformazione digitale che abbracciano la normalità.TechTarget/SearchCIO.Estratto da: Nuovo https://searchcio.techtarget.com/feature/5-digital-transformation-strategies-embracing-the-new-normal?src=6434693&asrc=EM_ERU_133368381&utm_medium=EM&utm_sourc



e=ERU&utm_campaign=20200817_ERU%20Trasmissione%20for%2008/17/2020%20(Universoutente:%20300539)&utm_content=eru-rd2-rcpC

Kapiki, ST (2010). Gestione energetica nell'ospitalità: uno studio sugli hotel di Salonicco. Università Ellenica Internazionale. Estratto il 26 febbraio 2022 da: <https://doi.org/10.18111/9789284412341>

Khan, G., Isreb, D. (2018, 7 agosto). PWC: 1,2,3... Ecco che arriva la quarta rivoluzione industriale. Estratto da: <https://www.pwc.com.au/digitalpulse/fourth-industrial-revolution-guide.html>

Re, C. (1995). Cos'è l'ospitalità? International Journal of Hospitality Management, Volume 14, Numeri 3-4, 219-234, ISSN 0278-4319, Estratto da: [https://doi.org/10.1016/0278-4319\(95\)00045-3](https://doi.org/10.1016/0278-4319(95)00045-3).

Pianeta solitario. (9 luglio 2021). Una compagnia aerea sviluppa "scarpe intelligenti" che potrebbero aiutare i viaggiatori a esplorare nuove destinazioni senza consultare una mappa. Estratto da: <https://www.lonelyplanet.com/news/airline-smart-shoes>

Ludin, D. et al. (2022). In che modo il COVID-19 accelera l'innovazione del modello di business e la trasformazione tecnologica digitale nel settore dell'ospitalità: un focus sui ristoranti del Baden-Württemberg. Giornale internazionale di innovazione e gestione della tecnologia, vol. 19, n. 06, 2242002. Estratto da: <https://www.worldscientific.com/doi/10.1142/S0219877022420020>

Luo, D. (2021, 23 marzo). Quali aerei vengono utilizzati per il breve, medio e lungo raggio. Estratto da: <https://aviationtoday.com/news/2021/03/23/aviation-areo-sono-utilizzati-per-medio-e-lungo-raggio-voli>

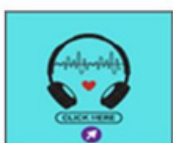
Malindretos, G., Sdrali, D., Goussia-Rizou, M., & Koliou, I. (2014). Sostenibilità e tecnologia ambientale nel settore alberghiero di Cipro. Giornale internazionale di economia sostenibile, 6(2), 171-188.

Martinez-Usero, J. (2022, 11 aprile). Il ruolo chiave delle competenze digitali nel facilitare la transizione digitale verde. [Inviare]. LinkedIn. Estratto da: <https://www.linkedin.com/pulse/key-role-digital-skills-facilitating-green-jose-martinez-usero/>

Mastrostefano, K., Morales-Alonso, G., Greco, M., Grimaldi, M., Blanco-Serrano, JA (2020). L'importanza per una start-up di avere fiducia nell'innovazione aperta: una revisione sistematica della letteratura. Lettere di economia e commercio, 9, 289-297. Estratto da: https://www.researchgate.net/publication/347917067_The_importance_for_a_start-up_to_trust_in_open_innovation_A_systematic_literature_review

McKinsey&Company. (2020). Rapporto sui consumatori cinesi 2021. Estratto da <https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/featured%20insights/china/china%20ancora%20i%20mondi%20crescita%20motore%20dopo%20covid%2019/mckinsey%20cina%20consumatore%20rapporto%202021.pdf>

McKinsey&Company. (nd). Entro il 2050, il caldo estremo potrebbe lasciare a terra 23 volte più passeggeri aerei rispetto a oggi. Estratto l'8 settembre 2020 da: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/coronavirus-leading-through-the->



crisi/tracciare-il-percorso-verso-la-next-normale/entro-il-2050-il-calore-estremo-potrebbe-fermare-23-volte-più-passeggeri-aerei-rispetto-a-oggi

McKinsey&Company. (nd). In che modo le estati calde e le malattie potrebbero influire sul turismo nel Mediterraneo. Estratto il 22 settembre 2020 da: <https://www.mckinsey.com/capabilities/sustainability/our-insights/sustainability-blog/hot-summer-and-disease-threaten-tourism-in-the-mediterranean>

Ministero degli Affari Esteri della Lettonia. (2017). Sviluppo sostenibile. Estratto novembre da: <https://mfa.gov.cy/themes/2,2022> <https://mfa.gov.cy/themes/>

Ministero degli Affari Esteri della Lettonia. (2017). Piattaforma di conoscenza sullo sviluppo sostenibile. Unione Nazioni. Estratto il 25 ottobre 2022 da: <https://sustainabledevelopment.un.org/memberstates/cyprus>

Ministero degli Affari Esteri della Lettonia. (2022). Sviluppo sostenibile. Estratto il 26 febbraio 2022 da: https://www.mfa.gov.lv/en/sustainable-development?utm_source=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F

MSCI. (nd). Conferenza Capital for Climate Action di MSCI. Estratto il 26 febbraio 2023 da: <https://www.msci.com/>

Movimento per la sostenibilità delle destinazioni globali. (nd). Indice GDS. I criteri e la metodologia dell'indice GDS 2023 sono ora disponibili. Estratto il 26 febbraio 2023 da: <https://www.gds.earth/>

Muench, S., Stoermer, E., Jensen, K., Asikainen, T., Salvi, M. e Scapolo, F. (2022, 27 giugno). Verso un futuro verde edigitale, EUR 31075 EN, Ufficio delle pubblicazioni dell'Unione europea, Lussemburgo, 2022, ISBN 978-92-76-52451-9, doi:10.2760/977331, Estratto da: JRC129319. <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC129319>

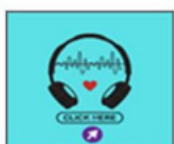
Muskan. (7 luglio 2021). 7 Applicazioni della realtà aumentata nel settore dell'ospitalità | Passi. Analitica Estratto 26 Febbraio, da: <http://2p0s:2//3> www.analyticssteps.com/blogs/7-applications-augmented-reality-hospitality-industry

Nanjundaswamy, C., et al. (2021). Pedagogia digitale per l'apprendimento sostenibile. Shanlax International Journal of Education, vol. 9, n. 3, 2021, pp. 101-117-185. <https://doi.org/10.34293/education.v9i3.3881> Estratto da: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1300885.pdf>

Nekrashevich, A. (nd). Foto di una persona che tiene in mano uno smartphone [fotografia]. Pexel. Estratto da: <https://w2w6w.pexels.coFmeh/pbhraiooo,/photo-of-pe2r0s2o3n-holding-smartphone-6802042/>

New York Times. (4 agosto 2022). Stoccolma invece di Roma? Ottobre invece di luglio? Come le ondate di caldo stanno cambiando il turismo in Europa. Estratto da: <https://www.nytimes.com/2022/08/04/travel/heat-wave-europe.html>

Odimegwu, F., Francis, OC (2018). L'interconnessione tra cambiamento climatico e turismo. Sociologia oggi: un giornale di sociologia contemporanea



Ricerca, 1(1):48–58. Estratto da: https://www.researchgate.net/profile/Chijioke-Onyebukwa/publication/328075046_The_Interconnectedness_between_Climate_change_and_Tourism/links/5bb6345ea6fdcc9552d3bab4/The-Interconnectedness-between-Climate-change-and-Tourism.pdf

Operato (30 giugno 2022). Soluzioni IoT per gli hotel che stanno trasformando il settore. Estratto da: <https://operto.com/iot-solutions-for-hotels/>

Lingue di Oxford. (nd). Lingue di Oxford eGoogle. Estratto il 26 febbraio 2023 da: <https://linguals.oup.com/google-dictionary-en/>

Digitalizzazione di Oxford Learner.Dizionari.(nd).

Nel dizionario oxfordlearnersdictionaries.com. Estratto il 26 febbraio 2023 da: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/digitalization>

Pahus, HS, Sunesen, L. (2022). Lavorare strategicamente con i Big Data nel settore del turismo: uno studio qualitativo di dodici organizzazioni europee di gestione delle destinazioni. *Gestione dell'ospitalità*, DOI: 10.1080/2221423:513,4.2022.28018-8039,41

Peeters, P., Dubois, G. (2010) Viaggi turistici soggetti avincoli di mitigazione del cambiamento climatico. *Giornale di geografia dei trasporti*, 18(3):447–457. Estratto da: <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2009.09.003>

Peuter-Rutten, J. (nd). La gestione della ristorazione si sta digitalizzando: 9 competenze digitali chiave da acquisire. *Approfondimenti EHL*. Estratto il 26 febbraio 2023 da: <https://hospitalityinsights.ehl.edu/restaurant-management-digital-skills>

Progetti di trama. (2022, 19 ottobre). Tecnologia Beacon: Cos'è la Tecnologia Beacon | Soluzioni Estratto da Mi: g l i inor e <https://www.plotprojects.com/blog/beacon-technology-why-the-market-is-booming>

Pololikashvili, Z. (2018). Giornata Mondiale del Turismo 2018: Sostenibilità e trasformazione digitale UNWTO. da: <https://www.untwurtios.morog./world-tourism-day-2018> Estratto

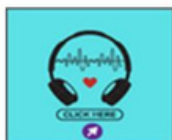
Preferito (2018, 16 agosto). Abbigliamento intelligente per prevenire i furti negli hotel | La Chispa Notizie | Rivista di turismo. Estratto da: <https://www.preferente.com/la-chispa/ropa-inteligente-para-evitar-el-robo-en-los-hoteles-279242.html>

Prendes-Espinosa, P., Solano-Fernandez, IM, Garcia-Tudela, PA (2021).

EmDigital per promuovere l'imprenditorialità digitale: il rapporto con l'innovazione aperta. *Journal of Open Innovation: Tecnologia, mercato e complessità*, 7(1), 63. Estratto da: <https://doi.org/10.3390/joitmc7010063>

Prihanto, JJN e Kurniasari, F. (2019). Trasformazione digitale sostenibile nel settore dell'ospitalità: uno studio sul settore alberghiero in Indonesia. *Conferenza internazionale 2019 sui procedimenti di innovazione organizzativa. (ICOI 2019)* 217-222.

Atlantide Press.



Sensori Rechner. (2019, 18 gennaio). Il sensore di temperatura. Estratto il 26 febbraio da: <https://www.rechner-sensors.com/2e0s/2d3ocumentacion/knowledge/el-sensor-de-temperatura>

Reem, M., Rasoolimanesh, SM eWijesinghe Sara, NR (2022). Indicatori di sostenibilità negli hotel: una revisione sistematica della letteratura. Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism, Online ISSN: 2710-6519 Estratto il 26 febbraio 2023 da: <https://fslmjournals.taylors.edu.my/sustainability-indicators-in-hotels-a-systematic-literature-revisione/>

Renovales, M. (2020, 2 marzo). 11 strumenti digitali per l'industria dell'ospitalità di oggi Febbraio, www.hostelco.com/en/11-digiEtaslt-rtoaottlos-for-todays-da: HOSTELCO. 262 0h2tt3ps://hospitality-industry/

Revfine (2022, 19 febbraio). In che modo il controllo vocale può apportare vantaggi al settore dei viaggi? Estratto da: <https://www.revfine.com/es/control-de-voz-industria-de-viajes/>

Revfine (2022, 14 maggio). Software per hotel: le soluzioni software più importanti per gli hotel. Estratto da: <https://www.revfine.com/hotel-software/>

Revfine (27 maggio 2022). Sistemi punto vendita nell'ospitalità: massimizzare i vantaggi. Estratto da: <https://www.revfine.com/point-of-sale-systems/>

Revfine. (nd). 8 esempi di robot utilizzati nel settore dell'ospitalità.

Estratto il 26 febbraio 2023 da: <https://www.revfine.com/robots-hospitality-industry/>

Rinf.tech. (31 gennaio 2022). IoT nell'ospitalità: tendenze e casi d'uso dell'automazione alberghiera. Estratto da: <https://www.rinf.tech/iot-in-hospitality-hotel-automation-trends-and-use-cases/>

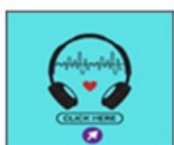
Saadlo, K. (2022). Tecnologia per gli ospiti senza contatto: il killer o l'innovatore del servizio personalizzato negli hotel? Estratto il 16 novembre 2022 da: <https://hotelbuddy.eu/contactless-guest-technology-the-killer-or-the-innovator-of-personalized-service-in-hotels/>

Schoeneborn, D., Vásquez, C. (2017). Costituzione comunicativa delle organizzazioni. In: CR Scott e LK Lewis (a cura di). Enciclopedia internazionale dell'organizzazione Hoboken, Wiley. comunicazione. NJ:

DOI:10.1002/9781118955567.wbieoc030. Estratto da: https://www.researchgate.net/publication/314732151_Communicative_Constitution_of_Organizations

Scrive. (n.d.). Digitalizzazione. Estratto il 26 febbraio 2023 da: <https://www.scrive.com/digitalisation/>

Software Siemens per le industrie digitali. (2021). La digitalizzazione nel settore alimentare e delle bevande. Estratto Febbraio 2022 da: [2h6tt,ps://www.newfoodmagazine.com/whitepaper/152047/whitepaper-digitalisation-in-the-food-beverage-industry/](https://www.newfoodmagazine.com/whitepaper/152047/whitepaper-digitalisation-in-the-food-beverage-industry/)



Scott, D., Gössling, S., Hall, CM (2012). Turismo internazionale e cambiamenti climatici. Recensioni interdisciplinari Wiley: cambiamenti climatici. Estratto da: <https://doi.org/10.1002/wcc.165>

Skift. (2018, 14 giugno). Viceroy Hotels utilizza gli smartwatch per essere più ospitali. <https://skift.com/2018/06/14/viceroy-hotels-is-using-smartwatches-to-be-more-hospitable/>

Tipi di abilità. (nd) Abilità: definizione, tipologie, esempi e come svilupparla. Estratto il 26 febbraio 2023 da: https://skilltypes.com/others/what-is-skill/#What_is_Skill

Competenze di cui hai bisogno. (nd). A portata di mano:

Gli 8 tipi di stili di apprendimento. <https://www.skillsyouneed.com/rhubarb/fingerprints-learning-styles.html> Estratto il 26 febbraio 2023 da:

Solis, B. (2016). La trasformazione digitale richiede un cambiamento culturale. Gestione delle relazioni con i clienti. da: https://issuu.com/bjarn/docs/Ethsetr_astttaote_of_digital_transformation

Dipartimento di ricerca statistica. (2021). Aspetti chiave dell'esperienza degli ospiti che gli albergatori vogliono digitalizzare in tutto il mondo. Estratto il 26 febbraio 2022 da: <https://www.statista.com/statistics/1250380/guest-experiences-hoteliere-want-to-digitalize-worldwide/>

StartupLettonia. (2022). Storie di successo. Estratto il 16 novembre 2022 da: <https://startuplatvia.eu/database/success-stories>

Resta in contatto. (2021, 24 novembre). 5 soluzioni IoT che possono migliorare l'esperienza dei tuoi ospiti. Estratto da: <https://www.stayntouch.com/blog/5-iot-solutions-that-can-enhance-your-guest-experience/>

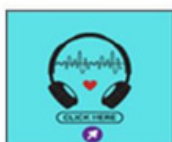
Stockwatch. (27 settembre 2018). Il presidente dell'Associazione alberghiera invita Cipro a dare priorità alla trasformazione digitale. Estratto il 3 novembre 2022 da: <https://www.stockwatch.com.cy/en/article/toyrismos/hotel-association-chairman-calls-cyprus-prioritize-digital-transformation>

Indice del marchio sostenibile. (2023). Sustainable Brand Index 2023. Estratto il 26 febbraio 2023 da: www.sb-index.com

Talwar, S., Kaur, P., Nunkoo, R., & Dhir, A. (2022). Digitalizzazione e sostenibilità: il turismo in realtà virtuale in un mondo post pandemia. Journal of Sustainable Estratto da: <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2121212>

Telefonica. (nd). Cos'è la digitalizzazione sostenibile? Estratto il 26 febbraio 2023 da: <https://www.telefonica.com/en/communication-room/blog/what-is-sustainable-digitalisation/>

Il programma SUNx. (2020, 23 novembre). Il primo sistema di gestione dell'ospitalità sostenibile al mondo scientificamente testato. da: <https://www.thesunpErstgrarattmo.com/innovation/hospitality/my-green-butler>



Verma, E. (2023). Aportata di mano: gli 8 tipi di stili di apprendimento. Estratto da: <https://www.skillsyouneed.com/rhubarb/fingerprints-learning-styles.html>

Vikey. (2022, 22 giugno). Domotica per strutture ricettive: 10 vantaggi. Estratto il 26 febbraio 2023 da: <https://vikey.it/en/home-automation-accommodation-facilities/>

Wadhwa, R. (2022, 19 ottobre). Costruire un hotel intelligente? Ecco 6 strumenti che dovresti considerare. Pressreader. Estratto da: <https://blog.pressreader.com/hotels/building-a-smart-hotel-here-are-6-tools-you-should-consider>

Wainstein, L. (2022). Sicurezza dei dati nel settore alberghiero: rischi e migliori pratiche. Approfondimenti EHEL. Estratto da: <https://hospitalityinsightsf.eehbl.berdauiio/d,ata-securit2y0-i2n3-hosp-practices>

Forum economico mondiale. (2016, 14 gennaio). La Quarta Rivoluzione Industriale: cosa e come fare: E ssoignificwa, h hattt-pit-s://www.weforum.org/agerinspdoan/2de0r1e6./01/the-fouErtsh-t-rian-means-and-how-to-respond/

Wut, TM, Lee, D., Ip, WM. Lee, SW (2021). Sostenibilità digitale nell'organizzazione: sviluppo e validazione su scala. *Sostenibilità*, 13, 3530. Estratto da: <https://doi.org/10.3390/su13063530>

Wynn, M., Jones, P. (2022). Strategia IT nel settore alberghiero nell'era digitale. Estratto da: https://mdpi-res.com/d_attachment/sustainability/sustainability-14-10705/article_deploy/sustainability-14-10705.pdf?version=1661680823

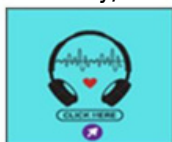
Youssef, AB, Zeqiri, A. (2022). Industria alberghiera 4.0 e cambiamenti climatici. *Economia circolare e sostenibilità*, volume 2, 1043–1063. Estratto da: <https://link.springer.com/article/10.1007/s43615-021-00141-x>

Yun, JJ, Zhao, X., Jung, K., Yigitcanlar, T. (2020). La cultura per le dinamiche dell'innovazione aperta. *Sostenibilità*, 12, Estratto da: https://0w7w6w..researchgate.net/publication/342365657_The_Culture_for_Open_Innovation_Dynamics

Zeqiri, A., Dahmani, M., Youssef, AB (2020). Digitalizzazione del settore turistico: quali sono gli impatti della nuova ondata di tecnologie. *Balkan Economic Review*, 2, pp.63-82. Estratto da: <https://hal.science/hal-03523747/document>

Zhu J., Wang Y., Cheng M. (2021). La trasformazione digitale nel settore alberghiero. Scuola di amministrazione alberghiera dell'Università di Boston

Zsarnoczky, M. (2018). Il futuro digitale del settore del turismo edell'ospitalità. Estratto da: <https://www.bu.edu/bhr/2018/05/31/the-digital-future-of-the-tourism-hospitality-industry/>



69. Collegamenti a risorse utili

Cucina americana <https://www.asaecenter.org/> Federazione (ACF). (2023). Recuperato da

Dietetica americana <https://www.eatright.org/> Associazione (C'È). (2023). Recuperato da

Istituto Americano del Vino edel Cibo (AIWF). (2023). Estratto da https://www.aiwf.org/site_home.cfm

Pianificazione americana Associazione (CHE COSA). (2023). Recuperato da <https://www.planning.org/>

Associazione americana per lo sviluppo dei resort (ARDA). (2023). Estratto da <https://www.arda.org/about-us>

Società americana dei dirigenti dell'associazione (ASAE). (2023). Estratto da <https://www.asaecenter.org/>

Associazione dei proprietari di hotel asiatici americani (AAHOA). (2023). Estratto da <https://www.aahoa.com/home>

Associazione dei direttori internazionali di conferenze ed eventi collegiali (ACCED-I). (2023). Estratto da <https://www.acced-i.org/>

Associazione dei dirigenti della gestione delle destinazioni internazionali (ADMEI). (2023). Estratto da www.corporateeventnews.com

Associazione degli organizzatori di conferenze professionali irlandesi (AIPCO). (2023). Estratto da <https://aipco.ie/new/>

Associazione dei Professionisti dell'Alloggio (ALP). (2023). Estratto da <http://www.paii.org/>

Associazione dei professionisti del meeting (AMP). (2023). Estratto da <https://ampsweb.org/>

Associazione degli affiliati edei proprietari di Starwood - Nord America (ASFONA). (2023). Estratto da <https://www.asfona.com/>

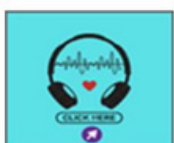
Associazione caraibica degli hotel e del turismo (CHTA). (2023). Estratto da <http://www.caribbeanhotelassociation.com/>

Associazione dei gestori di club d'America (CMAA). (2023). Estratto da <https://www.cmaa.org/>

Associazione commerciale per iservizi di attrezzature alimentari (CFESA). (2023). Estratto da <https://www.cfesa.com/>

Industria congressuale <https://www.eventscouncil.org/> Consiglio (CIC). (2023). Estratto da da

Associazione per il marketing di eventi aziendali (CEMA). (2023). Estratto da <https://cemaonline.com/>



Consiglio su hotel, ristoranti e istruzione istituzionale (CHRIE). (2023).

Estratto da <https://www.chrie.org/>

Cvent Inc (2021). Cos'è il MICE? La tua guida per riunioni, incentivi, conferenze e mostre. Estratto da <https://www.cvent.com/uk/>

Associazione Internazionale del Marketing di Destinazione (DMAI). (2023). Estratto da <https://destinationsinternational.org/>

Associazione dei manager dietetici [https://\(DMA\).](https://(DMA).)(2023).Recuperato da www.anfponline.org/

La rete CVB dell'UE. (2023), Estratto da <https://boardroom.global/the-eu-cvb-network/>

Piattaforma europea di collaborazione tra cluster. (2023). L'hub online europeo per i cluster industriali. Estratto da <https://clustercollaboration.eu/>

CONGRESSO D'EUROPA. (2023). Estratto da www.europecongress.com

settore Eventi di Consiglio(EIC).(2023).Estrattoda

<https://www.eventscouncil.org/>

Associazione dei professionisti dei servizi per eventi (ESPA). (2023). Estratto da <https://espaonline.org/>

Istituto per il Marketing Alimentare (FMI). (2023). Estratto da <https://www.fmi.org/>

Società internazionale di consulenti per i servizi di ristorazione (FCSI). (2023). Estratto da <https://www.fcsi.org/>

Associazione globale dei viaggi d'affari (GBTA). (2023). Estratto da <https://www.gbta.org/>

Collaborazione globale MICE. (2022). Estratto da <http://micecollaborative.com/>

Consiglio Globale del Turismo Sostenibile (GSTC). (2023). Estratto da <https://www.gstcouncil.org/>

Associazione degli hotel e dei ristoranti di Guam. (2023). Estratto da <https://www.ghra.org/>

Associazione ispanica dei proprietari di hotel (HHOA). (2023). Estratto da <http://www.hhoa.org/>

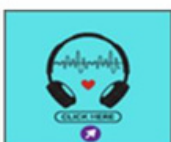
Professionisti finanziari e tecnologici dell'ospitalità (HFTP). (2023). Estratto da <https://www.hftp.org/>

Associazione Internazionale Vendite e Marketing nel settore dell'ospitalità (HSMIAI). (2023).

Estratto da <https://global.hsmiai.org/>

Associazione degli ingegneri dei motel degli hotel (HMEA). (2023). Estratto da <https://www.hmea.org/>

Associazione alberghiera Di Canada. (2023). Estratto da <http://www.hotelassociation.ca/>



Associazione della rete di distribuzione elettronica degli hotel (HEDNA). (2023). Estratto da <https://www.hedna.org/>

HOTREC. (2023). Estratto da www.hotrec.eu

Associazione Internazionale Esposizioni ed Eventi (IAEE). (2023). Estratto da <https://www.iaee.com/>

ICCA. Associazione Internazionale Congressi e Convegni. (2021). Estratto da <https://www.iccaworld.org/>

Associazione internazionale delle governanti esecutive (IEHA). (2023). Estratto da www.ieha.org

InEvent. (2023). Estratto da www.inevent.com

Istituto di Tecnologi Alimentari (IFT). (2023). Estratto da www.ift.org

Associazione Internazionale dei Centri Congressi (IACC). (2023). Estratto da <https://www.iacconline.org/>

Associazione Internazionale degli Organizzatori di Congressi Professionali (IAPCO). (2023). Estratto da <https://www.iapco.org/>

Associazione Internazionale dei Venue Managers (IAVM). (2023). Estratto da <https://iavm.org/>

Associazione Internazionale Festival ed Eventi. (2023). Estratto da <https://www.ifea.com/>

Associazione internazionale dei dirigenti dei servizi di ristorazione (IFSEA). (2023). Estratto da <http://www.ifsea.com/>

Associazione internazionale degli hotel e dei ristoranti (IH&RA). (2023). Estratto da <https://www.booked.net/ih-ra>

ASSOCIAZIONE INTERNAZIONALE EVENTI LIVE. (2023). Estratto da <https://ileahub.com/>

Società internazionale dei consulenti dell'ospitalità (ISHC). (2023). Estratto da <https://ishc.com/>

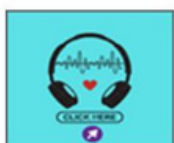
Società internazionale degli acquirenti di ospitalità (ISHP). (2023). Estratto da <http://www.ishp.org/>

Società internazionale delle associazioni alberghiere (ISHA). (2023). Estratto da <http://www.ishae.org/>

Convention Bureau della Lettonia, (2023). Estratto da www.latviaconvention.co

Associazione lettone degli hotel e dei ristoranti (LVRA). (2023). Estratto da www.lvra.lv

LUSH, Associazione Interna degli Hotel di Lusso Sostenibili. (2023). Estratto da <https://www.lushia.org/>



Incontri dell'Associazione dell'Industria (MIA). (2023). Estratto da <https://www.mia-uk.org/>

Incontro aReykjavik. (2023). Convention Bureau per Reykjavik. Estratto da www.meetinreykjavik.is

dei Incontro Internazionale (MPI). (2023). Recuperato da <https://www.mpi.org/>

Incontro con professionisti internazionali. (2023). Estratto da www.mpi.org.
Mouse.com Estratto da <https://www.mice.com/>

RIVISTA TOPI. (2023). Estratto da <https://www.micemag.com/>

MTT.(2023).Topi Viaggio Oggi.Estratto da <https://www.micetraveltoday.com/> da

Associazione Nazionale Ristorazione Ed Eventi (NACE). (2023). Nord America.
Estratto da <https://www.nace.net/>

Associazione di viaggio dell'Asia del Pacifico (PATA). (2023). Estratto da <https://www.pata.org/>

Associazione professionale per la gestione delle convention (PCMA). (2023), Estratto da <https://www.pcma.org/>

Associazione degli hotel resort (RHA). (2023). Estratto da [https:// www.rhainsure.com/](https://www.rhainsure.com/)

Società per la gestione dei servizi di ristorazione (SFM). (2023). Estratto da <https://www.shfm-online.org/>

Società dei professionisti delle riunioni governative (SGMP). (2023). Estratto da <https://www.sgmp.org/>

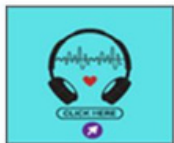
ALLEANZA STRATEGICA dei National Convention Bureau d'Europa. (2023).
Estratto da <https://convention-europe.com/>

Associazione dei Ristoranti Sostenibili (SRA). (2023). Estratto da <https://thesra.org/>

L'elenco dei Convention Bureau in Europa <http://www.cvent.com/rfp/europe-convention-centers-1ea353f295604bc9afd30d5ac5547d34.aspx>

Organizzazione Mondiale del Turismo delle Nazioni Unite (UNWTO). (2023). Estratto da <https://www.unwto.org/>

Consiglio mondiale dei viaggi edel turismo (WTTC). (2023). Estratto da <https://wtcc.org/>



Autori e collaboratori della Guida "Kit di strumenti per la digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile" nell'ambito del PROGETTO ERASMUS+ 2021-1-LV01- Progetto KA220-VET-000033140:

SIA HOTEL SCHOOL Viesnīcu biznesa koledža / "HOTEL SCHOOL" Hotel Management College

- Olga Zvereva, autrice, coordinamento, strutturazione, installazione e formattazione
- Inna Pasnaka-Irkle

ERHVERVSAKADEMI DANIA (Dania Academy)

- Karen Marie Saaby Nielsen
- Simon Lind Fischer
- Torben Underlin

Italian Hospitality School SRL

- Neno Gabelia
- Ramsha Shahab
- Giulia Trojano

City Unity College Nicosia

- Anthoula Koupepia
- Galina Berjozkina
- Zanete Garanti
- Iordanis Katemliadis

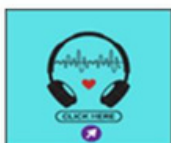
DigitalGuest APS

- Henrik Pahun

INERCIA DIGITAL SL

- Jesus Carlos Luna Huertas
- Maria Fernandez Reyes
- Ana Maria Fortes Barral
- Marta Marmol Munoz
- Maite Guirrero Giraldez
- Caridad Martinez Carrillo de Albornoz
- Vivian Gracia Moron

Audio registrato da Tatjana žirkova e Olga Zvereva.





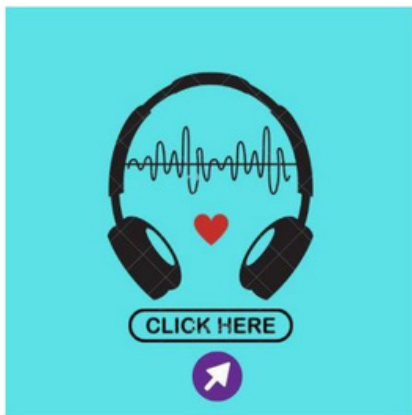
Copyright: "Guida alla digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile"

Collegamento ipertestuale:

[http://www.sustainable-hospitality-digitalisation-toolkit.com/PROGETTO ERASMUS+ 2021-1-LV01- KA220-VET-000033140](http://www.sustainable-hospitality-digitalisation-toolkit.com/PROGETTO_ERASMUS+_2021-1-LV01-KA220-VET-000033140)

Anno: 2023

**È POSSIBILE ACCEDERE A TUTTI I CAPITOLI ELE PAGINE IN VERSIONE AUDIO –
CLICCA SU QUESTO SEGNO**



Collegamento al digitale
Corso "Ospitalità
Sostenibile"

Guida alla digitalizzazione
dell'ospitalità sostenibile"
su Ospite Digitale
piattaforma



<https://app.digitalguest.com/guestbook/ErasmusEU>

Collegamento a Moodle
Corso 'Sostenibile
Ospitalità

Kit di strumenti per la digitalizzazione"

COLLEGAMENTO A Moodle
CORSO DIGITALE
'SOSTENIBILE
OSPITALITÀ
DIGITALIZZAZIONE
KIT DI STRUMENTI'

Collegamento al sito web
del progetto
"Sostenibile
e Ospitalità

Kit di strumenti per la digitalizzazione

www.sustainable-hospitality-digitalisation-toolkit.com



Diritto d'autore:

Kit di strumenti per la
digitalizzazione dell'ospitalità sostenibile. 2

Ospitalità sostenibile
Guida alla digitalizzazione per
l'IFP nel settore alberghiero
Studenti e professionisti

Collegamento
ipertestuale: www.sustainable-hospitality-digitalisation-toolkit.com

PROGETTO ERASMUS+ 2021-
1-LV01-KA220-VET-
000033140

Anno: 2023