

29 Gennaio 2021



GECO
 Green Tourism, Mobility & Energy Expo

LA FIERA
 VIRTUALE
 SULLA
 SOSTENIBILITÀ

28-29-30 GENNAIO
PARTECIPA

- [HOME](#)
- [IN PRIMO PIANO](#)
- [EVENTI E MICE](#)
- [TURISMO](#)
- [HOSPITALITY](#)
- [BUSINESS E TRAVEL](#)
- [CHI SIAMO](#)



HOTEL ED EXTRA ALBERGHIERO PROTAGONISTI ULTIME NOTIZIE

Come il condhotel innova il business dell'ospitalità. Intervista a Valeria Condorelli, Palma MySuite

Di **Silvia Pigozzo**

© GEN 29, 2021 condhotel, hotellerie, palma mysuite, valeria condorelli



L'industria del turismo, tra le più colpite dalla pandemia, ripartirà. Per farlo, però, dovrà mettere in campo nuove strategie e logiche di approccio al cliente finale. "Il settore dell'ospitalità, ad esempio, dovrà essere in grado di creare innovative formule di business. E in uno scenario post-Covid, sicurezza e privacy, con spazi sempre più accoglienti e dotati di standard qualitativi elevati, saranno i driver su cui investire maggiormente". Ne è convinta, Valeria Condorelli, da oltre venti anni nel settore alberghiero e oggi managing director di **Palma MySuite**, formula di ospitalità ibrida che unisce camere d'hotel e appartamenti nella stessa struttura. Il primo Palma MySuite farà il suo esordio nel mercato italiano, a Milano, a partire dal 2021. In pipeline, altre due strutture tra quest'anno e il 2022. Valeria Condorelli, una laurea in economia e gestione dei servizi turistici e

Cerca

ISCRIVITI ALLA

Ricevi le ultime notizie di Qualitytravel.it, tutti i martedì

Inserisci il tuo indirizzo e

Mi iscrivo

I dati inseriti saranno utilizzati, ai sensi del GDPR 2016/679 per inviare newsletter e informazioni da parte di Qualitytravel.it. Confermo di aver letto e di accettare l'informativa privacy

MEDIA PARTNERSHIP

DIVENTA ESPOSITORE



28-29-30 Gennaio 2021



RUBRICA

un master alla Bocconi, ha fatto i suoi esordi nel gruppo Atahotel come receptionist al Capotaormina per poi approdare a Turin Hotels, prima come sales e poi come responsabile commerciale per gli alberghi siciliani del gruppo.

“Tra i progetti più formativi nella mia carriera – racconta – c’è quello con Leadhotels, partner italiano di Small Luxury Hotels, per il quale mi sono occupata del riposizionamento e della riqualificazione secondo gli standard richiesti dal brand di affiliazione”. Approdata in Allegroitalia, come head of sales and marketing & development manager, Condorelli ha poi sposato l’innovativa filosofia di Palma MySuite, “un progetto in cui credo fortemente, cucito per il nostro mercato. A rendere unica l’esperienza del condhotel è la possibilità per gli ospiti di soggiornare in una residenza contemporanea e dotata di ogni comfort, beneficiando del servizio premium di un hotel di lusso”.

Il modello del condhotel può ritagliarsi uno spazio in un mercato che sembra aver perso la voglia di viaggiare?

“La voglia di viaggiare e il bisogno di muoversi – prosegue Condorelli – sono necessità che nulla potrà mai completamente azzerare. Credo si assisterà sempre di più a un processo di concentrazione, anche perché il livello degli investimenti per stare sul mercato sarà un asset sempre più importante. In Italia, però, ci sono tante strutture indipendenti che sono riuscite a distinguersi per qualità ed esclusività del servizio offerto. Tuttavia, sono convinta che nell’ospitalità ci sia anche spazio per nuovi modelli di business, come la formula di condo hotel di Palma MySuite, capace di apportare elementi di innovazione all’intero settore”.

La formula dei condhotel come è stata accolta in Italia? Non c’è il rischio che venga confusa con il concetto di multiproprietà?

“La prima cosa che spieghiamo, quando illustriamo il progetto Palma MySuite, è proprio la differenza tra il condhotel e ogni forma di time-sharing. C’è un diritto reale di proprietà che li distingue e siamo pronti a spiegarlo tutte le volte che servirà. È uno step impegnativo ma quando questo sarà chiaro, i vantaggi di questa formula ne garantiranno il successo anche sul mercato Italia”.

Come è cambiato negli anni il modo di lavorare nel settore dell’ospitalità?

“Da quando ho cominciato a oggi, moltissimo. Ricordo che all’inizio ogni ospite aveva la sua casella nel tableau, dove inserivamo manualmente le sue consumazioni. E nonostante fosse tutto gestito in modo analogico, senza profilazione e CRM, riuscivamo a sapere tutto su lui ancora del suo arrivo in hotel. Al momento della prenotazione, infatti, ci raccontava tutto mentre noi ascoltavamo e imparavamo a conoscerlo. Poi la tecnologia ha facilitato molte delle nostre attività. Tuttavia, continuo a pensare che il rapporto umano con gli ospiti sia di fondamentale importanza ed è un aspetto che dobbiamo preservare, anzi su cui dobbiamo dedicare ancora più attenzione, soprattutto in quella che definiamo era post-Covid. E questo aspetto, unito al giusto mix di passione e impegno, possono imprimere a progetti come Palma MySuite la spinta propulsiva per decollare”.

Condividi:



« **KappaViaggi lancia un nuovo concept: Nuova piattaforma B2B per il Club Eldorador** Gruppo Nicolaus »

