



CAPITALE UMANO IN HOTEL LA RICETTA DEI MANAGER

A Venezia i 440 membri dell'associazione europea dei direttori d'albergo (Ehma) si sono riuniti per discutere di formazione e attrarre i giovani alla professione

di ISIDORO TROVATO

A Roma, nel 1974, un gruppo di direttori tra i più prestigiosi alberghi d'Europa decide di fondare un'associazione per condividere idee, problemi, suggerimenti iniziative del loro settore. Nasce così l'European Hotel Managers Association con l'obiettivo di mantenere e migliorare gli standard di eccellenza nel settore alberghiero. Cinquant'anni dopo, Ehma conta più di 440 soci in 23 paesi europei e rappresenta circa 400 hotel, 86 mila camere e 66 mila dipendenti e celebra il suo giubileo d'oro a Venezia in occasione della sua assemblea generale annuale. Il tema dell'evento è «Il capitale umano e la sfida di coinvolgere nuovi giovani professionisti nell'ospitalità».

Si tratta di una tematica quanto mai attuale ma l'impegno nei confronti della prossima generazione di professionisti dell'ospitalità è stato fin dall'inizio uno degli obiettivi dell'Associazione. «Coi giovani forse abbiamo sbagliato negli ultimi anni — ammette Ezio A. Indiani, Delegato Nazionale Italia, ex presidente di Ehma e general manager del Principe di Savoia di Milano —. Noi albergatori avremmo dovuto raccontare meglio il nostro mestiere e non legarlo solo a turni

e orari: i ragazzi oggi chiedono un

maggior equilibrio tra lavoro e tempo libero e questo non è inconciliabile nemmeno nel nostro settore. Il capitale umano e il suo ruolo nell'ospitalità di lusso esplora i modi per impegnare, coinvolgere e ispirare i giovani a intraprendere una professione gratificante che ruota essenzialmente intorno alle persone e offre infinite opportunità e un grande senso di soddisfazione».

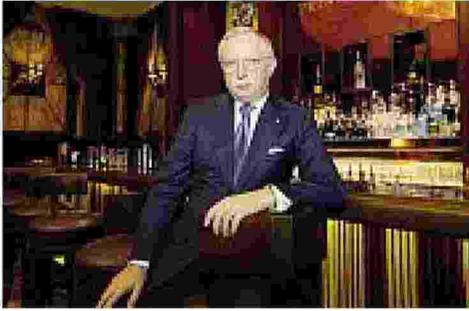
La certificazione

Non a caso l'associazione ultimamente ha sviluppato anche un certificazione di qualità per nuovi general manager. «È un sistema per stare più vicini alle esigenze dei propri dipendenti — continua il general manager del Principe di Savoia — ai giovani bisogna garantire più meritocrazia e crescita professionale. In tal senso, Ehma ha sviluppato una collaborazione e partnership molto attiva e proficua con le università di Cornell negli Stati Uniti e con EHL (Ecole hotellier Lausanne). Questa partnership ci permette in tempo reale di conoscere le richieste delle nuove leve di studenti e di professionisti che entrano nel mondo dell'ospitalità e di essere sempre al corrente delle nuove tendenze del mercato. Diversi loro docenti collaborano attivamente su diversi tavoli

di lavoro che condividiamo insieme (diversity and inclusion, sostenibilità, trend di mercato, innovazione, corsi professionali mirati alle differenti discipline alberghiere, coaching, etc.). In Italia come Principe di Savoia lavoriamo inoltre a stretto contatto e su diversi fronti dell'ospitalità con le università italiane Iulm e Bocconi».

Il turismo dopo la pandemia ha registrato un'impennata su scala mondiale: i due anni di «quasi reclusione» hanno fatto accumulare budget per i viaggi e fatto crescere la voglia di girare il mondo. Nell'ultimo biennio il sistema delle hotelierie ha dovuto fare i conti con viaggiatori diversi rispetto al passato (più digitali e più informati) ma soprattutto con un personale molto differente. Per modulare offerte adeguate al nuovo pubblico diventa sempre più prezioso il confronto e il «contagio» tra operatori del settore. «Ehma è un'associazione di persone, non di hotel — ribadisce Indiani — e il nostro obiettivo è promuovere l'amicizia e lo spirito amicale tra i soci, sostenere un ambiente di networking inclusivo e stimolante, condividere esperienze e intuizioni, dare supporto per comunicare efficacemente all'interno del settore alberghiero con integrità, lealtà e fiducia, nonché facilitare la formazione continua con il sostegno di importanti scuole internazionali».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Leader Ezio A. Indiani, ex presidente di Ehma, oggi Delegato Nazionale Ehma Italia e Direttore Generale Hotel Principe di Savoia Milano

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



067709