

I principali gruppi alberghieri impegnati nella definizione di nuove alleanze commerciali con gli operatori telefonici

# Internet senza fili entra in hotel

Il Wi-fi nel 15% delle strutture con clientela business

**MILANO** ■ Alberghi e operatori di telecomunicazioni alleati nel segno del Wi-fi. Il sistema di collegamento a Internet in banda larga e senza fili si fa rapidamente largo anche nelle strutture alberghiere e nei centri congressi attraverso accordi tra grandi catene o singoli hotel con gestori come Telecom Italia o wireless provider specializzati come Tecom.

Il servizio sta diventando un optional fondamentale da offrire alla clientela business, manager e uomini di affari che hanno necessità di scaricare online documenti o semplicemente inviare messaggi di posta elettronica. E sempre più spesso viene incluso tra i requisiti standard richiesti agli hotel dai tour operator.

I margini di crescita del settore sono ancora molto ampi. Secondo le stime emerse nell'ultimo Expo Riva Hotel, solo il 15% degli hotel che servono prevalentemente clientela business ha già installato una rete Wi-fi mentre il 35% ha in programma di farlo entro l'anno. Per ora in prima fila ci sono tra i fornitori del servizio Megabeam, Tin.it, HiPort, Telecom, Tiscali, Freestation, Colt, Swisscom, Vodafone; tra gli alberghi le catene Starhotels, Una Hotels&Resorts, Hilton. Anche Starwood, probabilmente attraverso Telecom (negli altri Paesi il partner è T-Mobile), adeguerà le 29 strutture italiane partendo entro l'estate dal Westin Palace di Milano e lo Sheraton di Roma.

Spiega Giuseppe Massa, direttore sistemi informativi Starhotels: «Il nostro partner è Megabeam, che si è fatto carico di tutti i costi dell'implementazione del sistema e ci riconosce una percentuale sul fatturato generato dal traffico. Il servizio è attivo in tutti i nostri hotel (19

## Una tecnologia in ascesa: 800mila utenti nel 2004

**MILANO** ■ Ci vorrà ancora qualche tempo prima che la tecnologia Wi-fi dilaghi nel turismo. E difficilmente, sul medio termine, si svilupperà nel nostro Paese un'offerta per una clientela diversa da quella business. Secondo Idc Italia lo scorso anno l'utenza affari del Wi-fi nel nostro Paese ha raggiunto le 741 mila unità. A fine 2004 il numero dovrebbe salire a 792 mila, per toccare gli 863 mila utenti nel 2005.

«In un contesto economico come questo — spiega Luca Sampietro, analista di Idc Italia — si tende a concentrare gli investimenti nei settori in grado di poter dare ritorni immediati. L'unica certezza per ora è che il mercato Wi-fi negli hotel è destinato a restare legato ai clienti business: per questioni di costi e di diffusione dei pc portatili».

Nonostante questi fattori frenanti, gli alberghi sono considerati secondi solo ad aeroporti e centri congressi quanto ad appeal per i provider di questo tipo di servizio. «Per stabilire il grado di ricettività di una struttura abbiamo individuato quattro parametri — spiega Sampietro —: il numero di visitatori, quello di uomini d'affari di passaggio, quello di stranieri e la durata media della loro permanenza in ognuno dei degli spazi presi in esame. Per ognuno di questi parametri assegnamo un voto che va da 1 a 3. Il settore alberghiero, nel complesso, raccoglie 8 punti su 12: soltanto 1 per il numero di visitatori; 2, per il numero di clienti business e di stranieri; 3, per quanto riguarda la durata del soggiorno». Meno buone le prospettive per caffè, centri commerciali e stazioni.

A livello alberghiero finora sono due i modelli di business scelti dalle grandi catene. «Da una parte c'è chi ha scelto la strada del "no cost-no revenues" — spiega Sampietro — dall'altra c'è chi ha investito puntando a dei ricavi. Per ora il modello dominante è il primo, dove l'albergo ha un ruolo più passivo e tende a non investire nel marketing. Il risultato sono hotel che offrono il Wi-fi, ma che sono incapaci di comunicarlo».

**MARCO MASCIAGA**

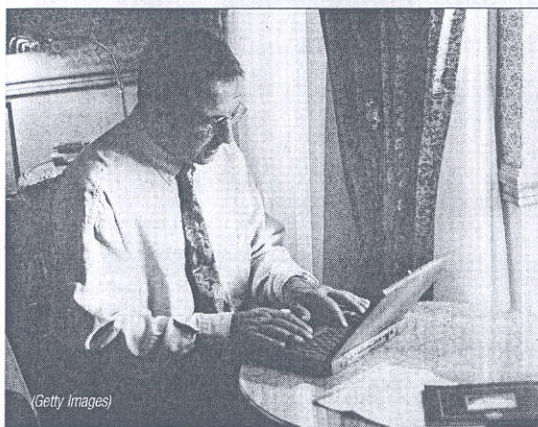
in Italia e uno a New York), nelle hall e nelle sale congressi ma entro l'anno lo renderemo disponibile in ognuna delle 3.300 camere di cui disponiamo». Megabeam offre il servizio anche negli aeroporti di Linate, Malpensa, Fiumicino, Venezia e Verona ma è dall'accordo con

Starhotels che finora sono arrivati i risultati migliori: «Il 57% del traffico totale di Megabeam — dice Massa — passa da Starhotels».

«Quello del revenues sharing non è l'unico modello» spiega Claudio Contini, responsabile marketing dei servizi dati Telecom Italia. «In

## La mappa delle alleanze Wi-fi

I principali operatori del mercato e la presenza negli alberghi



- **I vincoli.** Gli accordi di roaming tra operatori sono ancora pochi; spesso dunque le schede che consentono l'accesso in un determinato albergo non sono utilizzabili in altre strutture.
- **Tin.it** (gruppo Telecom) ha il primato nel settore: è presente in poco più di 200 hotel. Tra gli altri ci sono le catene Bettoja Hotels, Metha Group, Florence Hotel. **Telecom Italia** ha un accordo quadro con la catena Advance Hotel. È presente in 66 alberghi tra cui il Principe Savoia di Milano e l'Ergife di Roma. **Tim** intende in futuro integrare i propri sistemi con quelli di Telecom Italia.
- **Vodafone.** Grazie a un accordo di roaming è presente in tutti gli aeroporti in cui opera Megabeam. In più è in 13 alberghi (10 di cui Starhotels).
- **Tiscali** è presente in 40 alberghi di cui 14 in Lombardia, 12 nel Lazio.
- **Nocable** ha hot spot a Palazzo Sasso, hotel cinque stelle deluxe di Ravello, e nel Villaggio Valtur di Ostuni, in Puglia.
- **Swisscom Eurospot** prevede l'attivazione di nuovi hot spot, dal Club Med Cervinia agli Hilton Sorrento e Rome Airport. Nella sola Milano è previsto l'approdo in 13 alberghi, tra cui il Grand Hotel Plaza e l'Hotel Cavalieri. **Freestation** (controllata di Tc Sistema) conta di raggiungere 700 hot spot entro fine anno, di cui una parte rilevante in strutture alberghiere.

altre situazioni — aggiunge — l'albergo può scegliere di investire creando da sé l'infrastruttura, in quel caso l'operatore ne acquisisce il diritto di accesso pagando una quota d'affitto. Oppure il gestore dell'albergo può rivendere le schede pagate per l'accesso al servizio con

un margine di guadagno». Telecom ha accordi di roaming con Megabeam in Italia e con il provider americano Boingo per offrire il servizio anche in Nord America. «Gli alberghi — dice Contini — rappresentano circa il 60% dei nostri punti di accesso pubblici. Continueremo a

puntare sugli hotel ma intanto guardiamo anche ad altri ambiti turistici; i porticcioli ad esempio sono molto interessanti e abbiamo già una ventina di trattative in corso».

Tra le prime catene alberghiere ad avere creduto nel Wi-fi c'è Una Hotels&Resorts. Spiega Daniele Giovenali, direttore marketing: «Abbiamo scelto come partner Tecom (con la rete HiPort) perché era la società che ci offriva il modello di business più flessibile. Abbiamo iniziato dall'Una Vittoria di Firenze e ora abbiamo coperto tutta la catena. Tecom ci fornisce carte prepagate di diverso importo, da 5 a 100 euro». Anche nel caso di Una, la copertura Wi-fi è partita con le sale comuni e si sta lentamente estendendo a tutte le camere.

Tra gli ultimi accordi nel settore c'è quello tra la Swisscom Eurospot e l'Hilton di Milano, che ha scelto subito di portare Internet senza fili in tutti gli spazi, dal ristorante alle camere. «Il Wi-fi è un servizio chiave per la clientela del nostro albergo in larga parte rappresentata da uomini d'affari» commenta Dennis Zamboni, general manager dell'Hilton Milano. Per Swisscom quest'intesa è una porta di accesso all'Italia: il Wi-fi è una leva per offrire poi un più ampio portafoglio di servizi di trasmissione dati. Questo è anche il piano di Colt Italia. Spiega l'ad Achille De Tommaso: «Portare il Wi-fi negli alberghi per noi significa soprattutto aggredire un segmento di mercato mai toccato prima. Sosteniamo i costi tecnologici; in un albergo di media dimensione che voglia coprire le sale riunioni e metà delle camere in media basta un investimento di 10mila euro. La spesa si ripaga rapidamente: il nostro business plan iniziale prevedeva un fatturato di 1.300-1.500 euro mensili per albergo, dopo sei mesi siamo quasi a quota 3mila».

**CARMINE FOTINA**