

Economy

MODELLI. OPPORTUNITÀ. SOLUZIONI.

www.economymagazine.it

A CAVALLO DELLA

AI

Il 2026, anno della verità per le Pmi e l'intelligenza artificiale. Dopo l'"hype" servono risultati (e, prima, investimenti). Servono progetti seri per cambiare organizzazioni, servizi e catene del valore. Ma in che modo? Ecco esempi, tendenze. E incentivi

IL «DOPO» MILANO-CORTINA

«I Giochi passano, l'eredità resta», avverte Sergio Chiamparino

L'INDUSTRIA CHE FA RETE

Claudia Persico: «Così il sistema valvole diventa modello per il Paese»

SKILL FACTORY

Le academy d'impresa colmano il buco del mismatch

LA TASSA SULL'ARIA

ETS2, il conto della CO₂ arriva in bolletta alle imprese

CONTI IN VETRINA

Tra costi e servizi, i conti correnti aziendali a confronto

VOCI ONLINE

Come usare Wikipedia per rafforzare la reputazione



Hospitality 4.0, l'innovazione parte dai dati

Dai sistemi di Business Intelligence ai pagamenti integrati, la trasformazione digitale entra nel cuore dell'Hospitality. Con Big Data e AI che spingono

Il settore dell'Hospitality, superata la grave crisi generata dal "cigno nero" Covid, ha segnato negli ultimi anni una importante e continua crescita ed è tornato ad essere un settore di peso nel tessuto economico italiano: nel 2025 questo trend si è ulteriormente consolidato.

Questo settore potrebbe apparire meno "permeabile" ai trend di Automation e Digitalization dei processi aziendali per la sua alta concentrazione di capitale umano, per sua natura difficilmente sostituibile con la tecnologia. Questo è vero solo in parte perché ci sono alcuni processi dell'Hospitality che hanno ricevuto un impulso importante dal recente sviluppo tecnologico.

Analisi di mercato

Più il mercato cresce più un Hotel ha bisogno di poter contare su informazioni sul proprio specifico competitive set che è rappresentato da quella particolare location, da quel particolare segmento di clientela e tipologia ricettiva. Per questo sul mercato esistono piattaforme dedicate (come ad esempio Str-Costar) che sono in grado di fornire alle aziende alberghiere gli strumenti migliori e più efficaci per poter monitorare i competitors diretti e le tendenze del mercato, perché possono contare su un database mondiale che si basa su decenni di partnership con la industry, migliaia di esercizi che forniscono i loro dati nel mondo

e milioni di stanze nel loro campione. Qui Big Data e AI vanno a braccetto.

Il Reporting

Sapere cosa fanno gli altri serve a poco se non sappiamo cosa succede "a casa nostra". Mentre per le strutture stand alone il foglio elettronico sembra essere ancora lo strumento più usato ed efficace, sempre più Gruppi sentono l'esigenza di ricorrere a strumenti di Consolidamento e Reporting avanzati. I Gruppi dimensionalmente più rilevanti, che tipicamente consolidano al loro interno diverse divisioni, tendono a rivolgersi a piattaforme Finance integrate che consentono di "scalare" l'investimento non solo per le attività di Reporting & Consolidation ma anche per altri processi (Corporate Tax, Esg & Regulatory etc). Altre realtà Multiproperty meno complesse adottano un mix di strumenti. La Business Intelligence viene collegata all'Erp e può essere integrare gradualmente anche altri eco-sistemi (HR, Revenue, H&S): il vantaggio è rendere visibili ai direttori di struttura - in tempo reale - i principali driver economici mensili. Non sparisce mai del tutto il foglio elettronico, garanzia di fles-

sibilità e di economicità del processo.

I pagamenti elettronici

Nel settore dell'Hospitality l'evoluzione tecnologica consente oggi di integrare i sistemi di pagamento elettronici (cd. Pos) con i sistemi informativi di hotel (cd.Pms) evitando operazioni manuali di registrazione e riconciliazione tra i due. Negli ultimi anni il settore ha assistito a una maggiore autonomia degli acquirer rispetto agli istituti di credito. Questo ha consentito loro di creare sistemi integrati con i più diffusi Pms e di riprogettare l'architettura tecnologica di questo processo, fornendo agli operatori alberghieri maggiore compliance alle direttive europee (cd.Psd2) e più efficienza sia nei processi di front ed in quelli di back.

Si può dunque affermare che oggi - anche nel settore dell'Hospitality - il Cfo può cogliere interessanti opportunità per accelerare l'Automation e la Digitalization dei processi aziendali, non solo quelli che riguardano la sua tipica sfera di influenza (Amministrazione, Finanza e Controllo) ma anche quelli che sono alla base delle decisioni strategiche del Management e del Board.

Andaf



Matteo
Panozzo

Membro del
Comitato Tecnico
ANDAF Corporate
Finance, CFO di HNH
Hospitality S.p.A.

