

BEAM

Hospitality Gamechanger Summit

**I 5 trend del futuro
dell'hospitality
tra AI e innovazione
tecnologica**

I 5 trend del futuro dell'hospitality tra AI e innovazione tecnologica

Il mondo dell'hospitality sta attraversando un periodo di profonda trasformazione. Nuove tecnologie emergono, le aspettative dei viaggiatori evolvono e le sfide globali ci spingono a ripensare come accogliere e connettiamo le persone.

In questa guida, abbiamo raccolto i **cinque trend** che stanno già plasmando il futuro del settore.

Non si tratta di previsioni astratte o futuristiche, ma di cambiamenti concreti che possiamo osservare oggi e che continueranno a svilupparsi nei prossimi anni.

Nei capitoli che seguono esploreremo come l'intelligenza artificiale stia trovando il suo spazio nell'hospitality, bilanciando innovazione e calore umano. Vedremo l'emergere di modelli di business che vanno oltre la tradizionale offerta di camere, creando esperienze ibride e comunitarie. Analizzeremo il passaggio da

un approccio semplicemente „eco-friendly“ a una visione rigenerativa della sostenibilità, capace di creare valore per i territori. Approfondiremo le aspettative della Generazione Z, con le sue preferenze per autenticità, connessione e tecnologia fluida. Discuteremo dell'evoluzione culturale necessaria nelle organizzazioni per attrarre talenti in un mercato del lavoro in rapida trasformazione. Scopriremo come le esperienze contactless stiano ridefinendo il viaggio dell'ospite e come la fusione tra lavoro e svago stia cambiando la concezione stessa degli spazi di ospitalità.

Per ogni tendenza, abbiamo incluso esempi concreti, casi studio e riflessioni pratiche che potranno servire da ispirazione per il tuo percorso professionale.

Questa guida nasce dalla visione di BEAM, un movimento che riunisce

innovatori, visionari e professionisti dell'hospitality determinati a guidare attivamente il cambiamento del settore. **BEAM non è un semplice evento**, ma uno spazio di connessione e co-creazione dove le idee si trasformano in progetti concreti. Ciò che rende BEAM speciale è la sua capacità di collegare gli attori dell'intera filiera: dall'agricoltura alla ristorazione, dall'ospitalità al destination management. Un ecosistema dove confrontarsi, trovare ispirazione e sviluppare soluzioni innovative alle sfide contemporanee.

Speriamo che questa guida possa offrirti spunti interessanti e stimolare riflessioni utili per il tuo percorso professionale. E se vorrai approfondire questi temi e connetterti con una community di pionieri, le porte di BEAM sono aperte. Il futuro dell'hospitality è già qui. Sta a noi dargli forma.



BEAM

Hospitality
Gamechanger
Summit

I 5 trend del futuro dell'hospitality
tra AI e innovazione tecnologica

2

Parte 1 – Trend globali e nuove direzioni (Vision 2025-2030)

Dall'esperienza alla trasformazione personale

Non stiamo più parlando di semplice „bed and breakfast“. I viaggiatori contemporanei non cercano servizi, ma narrazioni. Non vogliono solo comfort, ma momenti ad alto impatto emozionale e occasioni di crescita personale. Secondo recenti studi di HospitalityNet, entro il 2025 l'ospite tipo richiederà un „viaggio su misura“ che integri elementi di wellness, esplorazione culturale e attività sostenibili in un'unica storia coerente.

„Il viaggio diventa un capitolo della propria biografia, non una semplice pausa dalla quotidianità“.

La rivoluzione generazionale

Entro il 2030, Generazione Z e Millennial costituiranno la maggioranza assoluta dei viaggiatori globali, portando con sé valori e aspettative radicalmente diversi. Questi nuovi protagonisti cercano:

- Autenticità: esperienze non filtrate, contatto reale con le culture locali
- Proposte „glocal“: fusion tra tradizioni locali e standard globali di qualità
- Sostenibilità tangibile: non solo dichiarazioni di intenti, ma azioni concrete e verificabili

La „community-based experience“ – concetto emerso con forza durante il precedente BEAM Summit – diventa quindi un asset fondamentale: esperienze collaborative, contatto genuino con la popolazione locale e uno storytelling digitale condiviso che amplifichi il valore del viaggio.

Turismo rigenerativo: oltre la sostenibilità

L'evoluzione è chiara: dal „meno plastica e più riciclo“ si sta passando a modelli completamente green che integrano energia rinnovabile, filiere alimentari a km zero e pratiche di ristorazione zero-waste. Ma la vera rivoluzione è nel concetto stesso di impatto:

Ieri: ridurre i danni ambientali
Oggi: neutralizzare l'impatto
Domani: lasciare il luogo migliore di come lo si è trovato

Il turismo rigenerativo non si limita a preservare, ma contribuisce attivamente al restauro di aree naturali, al supporto delle economie locali e alla co-creazione di iniziative con le comunità ospitanti.

La riscoperta dei territori

Parallelamente, l'Institute for Hospitality Management prevede entro il 2030 un afflusso sempre maggiore verso destinazioni „off the beaten path“ – micro-borghi, zone rurali, aree meno battute – spinto dal desiderio di evitare il sovraffollamento turistico e di scoprire culture autentiche.

Per le destinazioni tradizionali, la sfida sarà duplice:

1. Gestire i flussi in modo intelligente attraverso sistemi di prenotazione avanzati
2. Decongestionare i periodi di punta incentivando il turismo stagionalizzato

„Il futuro dell'hospitality non è solo tecnologico, ma profondamente umano. È nell'intersezione tra innovazione digitale e connessioni autentiche che nascono le esperienze più significative“. – BEAM Summit 2024

L'Umano al Centro

Nell'era dei chatbot e dell'intelligenza artificiale, il personale è chiamato a evolversi, diventando vero „ambasciatore“ dell'esperienza ospitale. La formazione costante, lo sviluppo di empatia e l'affinamento delle soft skill rappresentano il vero vantaggio competitivo in un mondo sempre più automatizzato.

Si assiste a una trasformazione del ruolo dirigenziale: da semplice „manager“ a „experience creator“, dove la leadership umana rimane essenziale per creare relazioni autentiche e risolvere problemi complessi che nessun algoritmo potrebbe affrontare con la stessa sensibilità.

Community d'Ospiti e Residenti

La componente sociale – dalle cene condivise ai workshop con la popolazione locale, dagli spettacoli culturali alle attività collaborative – sarà l'elemento in grado di generare quelle „meaningful connections“ che arricchiranno l'esperienza di viaggio. I viaggiatori contemporanei cercano sempre di più spazi di incontro e scambio genuino, non accontentandosi di mere transazioni economiche o servizi standardizzati. Vogliono sentirsi parte di una comunità, anche se temporaneamente.

Autenticità e Valori

I trend del prossimo futuro vedranno emergere con forza valori fondamentali: inclusione, diversità e responsabilità sociale non saranno più considerati optional. Le strutture capaci di integrare autenticamente questi principi nella loro offerta diventeranno punti di riferimento imprescindibili per una generazione di viaggiatori sempre più consapevoli e attenti.

Parte 2 - Digital Transformation & AI: come sta cambiando il mondo dell'hospitality

La rivoluzione digitale: più di una necessità, un'opportunità strategica

I clienti di oggi si aspettano servizi rapidi, pratici e „a prova di clic“. La pandemia ha accelerato enormemente l'adozione di soluzioni touchless (check-in via smartphone, pagamenti contactless, QR code per menù) trasformandole da lusso a standard di settore.

La tecnologia digitale rappresenta inoltre l'infrastruttura abilitante per i nuovi modelli di business ibridi emersi negli ultimi anni: co-living, experience design e collaborazioni intersettoriali richiedono piattaforme digitali robuste per funzionare efficacemente.

L'intelligenza artificiale al servizio dell'ospitalità (senza sacrificare l'umanità)

L'AI sta trasformando radicalmente la capacità di personalizzazione del settore.

Attraverso l'analisi delle preferenze degli ospiti e della cronologia delle prenotazioni, gli algoritmi possono suggerire upgrade mirati, servizi speciali e itinerari su misura che aumentano significativamente la soddisfazione del cliente e le opportunità di revenue.

Le soluzioni basate sull'intelligenza artificiale diventano inoltre il „motore invisibile“ per creare proposte di viaggio perfettamente allineate con i valori dell'ospite, che si tratti di turismo sostenibile, esperienze gastronomiche autentiche o attività immersive con le comunità locali. Chatbot e assistenti virtuali, potenziati da machine learning e natural language processing, offrono risposte immediate alle domande frequenti e gestiscono le prenotazioni 24/7. Questo non solo soddisfa l'esigenza di immediatezza tipica delle nuove generazioni, ma libera anche il personale per interazioni di maggior valore.

Revenue management intelligente

Gli algoritmi di AI analizzano in tempo reale una moltitudine di fattori: dati storici, eventi locali, tendenze di mercato, previsioni meteo e strategie dei competitor. Questo permette di definire la tariffa ideale per camere e servizi, ottimizzando occupazione e ricavi in modo impossibile con metodi tradizionali.

Richard Valtr, fondatore di Mews, sottolinea: „La tecnologia intelligente, alimentata dai dati, consentirà agli albergatori di prevedere meglio le esigenze dei loro clienti e dovrebbe essere vista come uno strumento per migliorare la connessione umana tra il personale dell'hotel e i loro ospiti“.

Bilanciare alta tecnologia e tocco umano: la vera sfida

Il rischio di un'eccessiva automazione è reale. Se la tecnologia diventa troppo invasiva, l'ospite può sentirsi in un ambiente impersonale e „freddo“.

Ma l'hospitality resta fondamentale: una relazione di cura: „prendersi cura delle persone, non solo affittare una stanza“. Come si può, quindi, integrare la tecnologia in modo bilanciato?

- Formazione mirata del personale: dotare i collaboratori non solo di competenze tecniche ma anche di capacità di comunicazione empatica, insegnando loro a usare l'AI per valorizzare il contatto umano, non per sostituirlo.
- Design degli spazi pensato per la socialità: progettare ambienti (hall, lounge, aree comuni) che favoriscano incontri e conversazioni autentiche, utilizzando la tecnologia per ottimizzare i servizi di base ma preservando l'essenza delle interazioni umane.
- Momenti di connessione reale: affiancare alle soluzioni digitali occasioni deliberate di contatto umano, come cocktail di

benvenuto, workshop con lo staff o attività con la community locale per nutrire il senso di appartenenza.

Casi concreti di successo

Alcune realtà stanno già integrando efficacemente l'AI senza sacrificare l'autenticità:

- Marriott utilizza chatbot sui canali social integrati con il proprio CRM, offrendo assistenza immediata ma mantenendo un tono conversazionale caldo e personalizzato.
- MGM Resorts implementa sistemi di revenue management dinamico che analizzano eventi, previsioni meteo e tendenze storiche per ottimizzare tariffe e pacchetti, liberando il personale da compiti ripetitivi.
- Hotel come Wynn Las Vegas hanno introdotto assistenti vocali in camera per gestire luci, tende e intrattenimento, permettendo allo staff di concentrarsi sull'assistenza personale di qualità superiore.

Conclusione: tecnologia al servizio dell'umanità

La Digital Transformation e l'Intelligenza Artificiale stanno ridisegnando il settore dell'ospitalità, consentendo l'automazione dei processi ripetitivi, la personalizzazione dell'esperienza e la gestione efficiente di risorse e dati.

Guardando al futuro, emergono alcuni temi fondamentali identificati anche dalla ricerca Deloitte:

- L'importanza di trovare il giusto equilibrio tra tecnologia e tocco umano
- La necessità di personalizzare le soluzioni AI per i diversi micro-segmenti di clientela
- L'urgenza di preparare la forza lavoro al cambiamento tecnologico, aiutandola ad adattarsi a un ambiente sempre più data-driven

Parte 2 - Digital Transformation & AI: come sta cambiando il mondo dell'hospitality

- L'attenzione alle questioni etiche e di privacy nell'uso dell'AI, specialmente quando si tratta di dati sensibili degli ospiti
- La gestione del rapido avanzamento tecnologico mantenendo stabilità nei servizi e nelle operazioni

La chiave del successo non è rincorrere ogni novità tecnologica, ma trovare il giusto equilibrio tra innovazione e autenticità. La tecnologia deve supportare l'ospitalità genuina, non sostituirla. Chi riuscirà in questa integrazione strategica creerà un'esperienza di hospitality distin-

tiva, memorabile e profondamente umana.

Parte 3 - I nuovi modelli di business che stanno nascendo

Da hotel a ecosistemi integrati di esperienze

Il settore dell'hospitality sta evolvendo rapidamente verso modelli di business che trascendono la semplice offerta di „camera e colazione“. Le strutture più innovative stanno diventando piattaforme multifunzionali dove l'ospitalità tradizionale si fonde con nuovi servizi ed esperienze.

L'ascesa degli spazi ibridi

Con la crescita del remote working e la maggiore fluidità tra viaggi di lavoro e leisure, assistiamo alla nascita di strutture che combinano hotel + co-living + coworking + intrattenimento. Secondo McKinsey, questa ibridazione permette di:

- Catturare diverse tipologie di clientela (dai viaggiatori business ai nomadi digitali)
- Massimizzare l'occupazione attraverso soggiorni di diversa durata
- Creare community vivaci che aumentano l'attrattività della struttura

Brand come Zoku ad Amsterdam rappresentano perfettamente questa evoluzione: non più semplici hotel ma hub dove ospiti e residenti condividono spazi di lavoro, aree comuni per eventi e momenti di socializzazione, con un design funzionale che si adatta alle diverse esigenze.

L'economia della collaborazione

La crescita di piattaforme come Airbnb ha reso la collaborazione peer-to-peer un elemento strutturale del settore. Hospitalitynet Visioning 2025 evidenzia come i viaggiatori cerchino sempre più interazioni autentiche e meno standardizzate. Le strutture ricettive stanno rispondendo a questa tendenza:

- Integrando spazi condivisi che favoriscono l'interazione tra ospiti
- Creando partnership con realtà locali per offrire esperienze uniche
- Sviluppando modelli „Hospitality + Community“ dove l'hotel diventa punto d'incontro tra visitatori, residenti e imprenditori locali

Ecosistemi turistici:

il valore delle partnership

L'approccio omnicanale sta trasformando il modo in cui le strutture si relazionano con l'ecosistema turistico più ampio. Le collaborazioni con trasporti, attrazioni culturali, ristoranti tipici e produttori locali permettono di:

- Offrire pacchetti integrati coerenti con il concept di viaggio
- Aumentare le opportunità di cross-selling e la visibilità sul territorio
- Fidelizzare il viaggiatore attraverso un'esperienza completa e senza frizioni

Marketplace digitali

Emerge con forza il modello delle piattaforme online che uniscono diversi attori in un unico network digitale. Questi marketplace consentono ai clienti di prenotare tutto da un'unica interfaccia, semplificando il customer journey e aumentando significativamente le possibilità di personalizzazione dell'offerta. Il modello di business basato esclusivamente sulla vendita di camere sta cedendo il passo a strategie di ricavo più articolate e resilienti come per esempio:

a) Membership e abbonamenti

Formula in crescita che prevede un canone mensile o annuale in cambio di accesso privilegiato a servizi esclusivi. Questo approccio:

- Stabilizza i flussi di cassa
- Aumenta il lifetime value del cliente
- Crea una community fedele intorno al brand

b) Servizi accessori ed esperienze

Non più semplici extra, ma vere e proprie linee di business parallele:

- Workshop culinari e attività culturali
- Spazi wellness e trattamenti personalizzati
- Tour privati e esperienze immersive sul territorio

Ogni micro-servizio diventa un'opportunità di guadagno e di engagement, contribuendo significativamente alla redditività complessiva.

Parte 3 - I nuovi modelli di business che stanno nascendo

Casi di successo che ispirano il futuro

- Selina ha costruito un modello di ospitalità esperienziale orientato a nomadi digitali e viaggiatori creativi, combinando co-living, coworking, ristorazione e continui eventi culturali. I ricavi derivano da molteplici fonti: affitti mensili, soggiorni brevi, attività ricreative e partnership locali.
- Fairbnb.coop rappresenta un'evoluzione etica delle piattaforme di home-sharing:

parte delle commissioni viene destinata a finanziare progetti di comunità, creando un circolo virtuoso in cui la condivisione produce benefici tangibili per i territori.

Conclusione

I nuovi modelli di business nell'hospitality non vendono semplicemente camere, ma creano ecosistemi dove tecnologia, sostenibilità, community e servizi esperienziali si fondono.

Le strutture che sapranno abbracciare l'ibridazione degli spazi, sviluppare partnership strategiche con l'ecosistema locale e diversificare i propri flussi di ricavo potranno differenziarsi in un mercato sempre più competitivo, aumentando la fidelizzazione dei clienti e contribuendo allo stesso tempo allo sviluppo sostenibile dei territori che li ospitano.

Parte 4 - Sostenibilità & Responsabilità Sociale: ecco cosa sta accadendo

Oltre il green marketing: un nuovo paradigma di business

La sostenibilità nell'hospitality ha superato da tempo la dimensione di semplice strategia di marketing per diventare un fondamentale modello operativo. Secondo Touch-Stay, l'ospitalità sostenibile mira a minimizzare l'impatto ambientale e sociale delle strutture ricettive agendo su molteplici fronti: risparmio idrico, riduzione dei rifiuti, contenimento delle emissioni di carbonio e supporto attivo alle comunità locali.

Il settore sta abbracciando la „triplice bottom line“ che bilancia:

- Profitto: redditività e competitività nel lungo periodo
- Persone: benessere dei collaboratori e della comunità locale
- Pianeta: tutela delle risorse naturali e riduzione dell'impronta ecologica

Questo approccio olistico, evidenziato anche da EHL nei suoi trend report, sta ridefinendo il concetto stesso di successo aziendale nel settore ospitalità.

Trend di sostenibilità che trasformano il settore

1. Efficienza energetica e gestione delle risorse

- Le strutture all'avanguardia stanno implementando soluzioni concrete:

- Sistemi di energia rinnovabile (solare, geotermica)
- Tecnologia IoT per ottimizzare riscaldamento, raffreddamento e illuminazione
- Sistemi di recupero delle acque piovane e grigie

I risultati sono tangibili: molti hotel riescono a ridurre i consumi energetici del 30-40% e il consumo idrico in misura analoga, con un significativo impatto sia ambientale che economico.

2. Economia circolare e zero waste

- La lotta agli sprechi si concretizza attraverso:

- Eliminazione della plastica monouso
- Programmi avanzati di riciclo e compostaggio
- Iniziative di riduzione del food waste in cucina

Coinvolgendo attivamente staff e ospiti in queste pratiche, le strutture creano una cultura della sostenibilità

che trascende i confini dell'hotel.

3. Filiera corta e valorizzazione dei prodotti locali

- L'approvvigionamento da produttori locali offre molteplici vantaggi:

- Riduzione dell'impronta di carbonio legata ai trasporti
- Supporto all'economia del territorio
- Offerta di un'esperienza gastronomica autentica ai visitatori

Glion Magazine sottolinea come i ristoranti interni agli hotel possano diventare vetrine perfette per i prodotti tipici, combinando qualità, narrazione del territorio e pratiche zero-waste.

4. L'hospitality rigenerativa:

il futuro è già qui - Il concetto più innovativo va oltre la semplice riduzione dell'impatto negativo. L'ospitalità rigenerativa punta a:

- Migliorare attivamente l'ecosistema in cui la struttura è inserita
- Partecipare a programmi di ripristino ambientale del territorio
- Creare opportunità di sviluppo per la comunità locale

Questo approccio trasforma le strutture ricettive in veri e propri hub di

Parte 4 - Sostenibilità & Responsabilità Sociale: ecco cosa sta accadendo

sviluppo sostenibile, con un impatto positivo misurabile e comunicabile.

Responsabilità sociale e comunità: creare valore condiviso

Collaboratori: il primo anello della catena sostenibile - Investire nelle persone rappresenta un elemento imprescindibile della sostenibilità:

- Formazione continua e piani di carriera
- Inclusione di categorie svantaggiate
- Creazione di un ambiente di lavoro equo e stimolante

I programmi di upskilling nelle competenze linguistiche, digitali e di sostenibilità migliorano non solo la qualità del servizio ma anche la reputazione dell'azienda come datore di lavoro.

Partnership con la comunità locale

- L'hospitality sostenibile crea ponti tra viaggiatori e territorio:

- Collaborazioni con produttori, artigiani e realtà culturali locali
- Eventi aperti sia agli ospiti che ai residenti

- Iniziative educative e di supporto alle scuole del territorio

Queste connessioni generano scambi culturali autentici e promuovono un turismo più rispettoso e consapevole.

Implementare la sostenibilità: un approccio pragmatico - Per integrare efficacemente la sostenibilità nel proprio modello di business, i professionisti dell'hospitality possono seguire questi passaggi concreti:

1. Definire obiettivi misurabili: stabilire target specifici (riduzione consumi, fornitori locali, eliminazione plastica) con tempistiche definite
2. Adottare un approccio graduale: iniziare con progetti pilota, valutarne l'efficacia e poi espandere l'implementazione
3. Formare e coinvolgere il personale: trasformare i collaboratori in ambasciatori della sostenibilità attraverso formazione e incentivi
4. Misurare e comunicare i risultati: documentare l'impatto positivo delle iniziative ed evitare il

greenwashing attraverso una comunicazione trasparente e autentica

5. Considerare le certificazioni: standard come B Corp, ISO 14001, Travelife o Green Key possono validare gli sforzi e aumentare la credibilità

Conclusione: sostenibilità come vantaggio competitivo

La sostenibilità e la responsabilità sociale non sono più opzionali nel settore dell'hospitality. Gli operatori che abbracciano questa visione possono:

- Ridurre significativamente i costi operativi
- Migliorare la propria reputazione e differenziarsi dalla concorrenza
- Attrarre una clientela sempre più consapevole e disposta a premiare le scelte etiche

L'hospitality può diventare un potente motore di trasformazione positiva, creando valore autentico per tutti gli stakeholder: ospiti, collaboratori, comunità locali e, naturalmente, il pianeta stesso.

Parte 5 - Generazione Z e nuovi viaggiatori: cosa cercano davvero

La Generazione Z (nati tra 1997 e 2012) rappresenta un terzo della popolazione mondiale con un potere d'acquisto di 143 miliardi di dollari. Entro il 2025, insieme ai Millennial, determinerà il 45% delle vendite nel settore del lusso e dei viaggi premium.

Questo segmento è strategico non solo per la sua capacità di spesa, ma perché agisce come potente influencer digitale capace di orientare le tendenze globali.

Quattro aspettative che ridefiniscono l'hospitality

1. Autenticità come priorità
 - Preferenza per esperienze immersive e contatto diretto con la cultura locale
 - Ricerca di itinerari personalizzati lontani dal turismo di massa
 - Interesse per opportunità di partecipazione attiva e co-creazione
2. Sostenibilità come criterio di scelta
 - Selezione di strutture con impegno ambientale verificabile

- Predilezione per prodotti locali e iniziative a basso impatto
- Disponibilità a pagare un premium price per scelte etiche
- 3. Tecnologia integrata e fluida
 - Aspettativa di un customer journey completamente digitale
 - Wi-Fi performante come servizio essenziale, non opzionale
 - Prenotazioni mobili, check-in digitali e servizi accessibili via app
- 4. Spazi progettati per la socialità
 - Ambienti che facilitano l'incontro e la condivisione
 - Format ibridi che combinano soggiorno, lavoro e socializzazione

Parte 5 - Generazione Z e nuovi viaggiatori: cosa cercano davvero

- Programmazione di eventi che stimolano l'interazione tra ospiti

Strategie vincenti per attrarre la Gen Z

- a) Personalizzazione intelligente - Utilizza i dati per creare esperienze su misura e comunicazioni one-to-one che rispondano alle preferenze individuali.
- b) Design „instagrammabile“ - Progetta spazi visivamente distintivi che incoraggiano la condivisione social, amplificando la visibilità organica del brand.

c) Autenticità nei valori - Dimostra un impegno concreto in sostenibilità, diversità e inclusione, evitando il greenwashing che questa generazione riconosce facilmente.

d) Esperienze community-based - Integra workshop locali, spazi condivisi e momenti di interazione che trasformano il soggiorno in un'esperienza memorabile e connessa.

Conclusione

La Generazione Z sta ridefinendo il concetto stesso di ospitalità, privilegiando tecnologia seamless, esperienze autentiche, impegno sostenibile e connessione sociale. Le strutture che sapranno rispondere a queste nuove priorità non solo conquisteranno questo segmento cruciale, ma si posizioneranno favorevolmente per il futuro del settore.

Parte 6 - BEAM, dove il futuro dell'hospitality prende forma

Abbiamo esplorato le tendenze che stanno trasformando il settore dell'ospitalità: dall'AI alla sostenibilità rigenerativa, dai nuovi modelli di business alle aspettative della Generazione Z.

Ma conoscere queste dinamiche è solo il primo passo. Il vero cambiamento richiede azione, collaborazione e una comunità di innovatori determinati a fare la differenza. È qui che entra in gioco BEAM.

Più di un evento, un ecosistema di trasformazione

BEAM non è una semplice conferenza di settore, ma un'esperienza immersiva pensata per generare connessioni significative, ispirare visioni condivise e attivare un cambiamento reale.

Lead The Shift! è il concetto centrale dell'edizione 2026. Significa non solo adattarsi, ma avere il coraggio di guidare il flusso delle trasformazioni in atto, diventando i motori di un'evoluzione che ridefinisce il mondo dell'hospitality. Ogni aspetto dell'evento – dai contenuti alle interazioni, dagli speaker agli spazi – è progettato per stimolare l'innovazione collettiva e offrire strumenti concreti, immediatamente

applicabili. **BEAM è il luogo dove le idee si incontrano, le energie si sommano e la trasformazione prende forma. Insieme.**

Workshop esperienziali sulle sfide cruciali del settore

Per offrire un'esperienza concreta e orientata alla pratica, cinque workshop interattivi rappresentano il cuore della **BEAM Experience**. I cosiddetti **BEAM Labs** affrontano le sfide più rilevanti – presenti e future – del mondo dell'hospitality, stimolando idee innovative e soluzioni applicabili.

Networking progettato con intelligenza

A differenza degli eventi tradizionali dove le connessioni avvengono per caso, BEAM implementa un approccio ingegnerizzato al networking:

- Matchmaking strategico: attività strutturate per facilitare incontri mirati tra professionisti con interessi complementari
- Eventi collaterali memorabili: dalla cena in una location suggestiva ai tour esperienziali, ogni momento diventa

un'opportunità di dialogo in contesti rilassati e stimolanti

- Experience Breaks: pause trasformate in occasioni di scoperta, con proposte culinarie innovative che incarnano i principi di sostenibilità discussi nei workshop

Una community internazionale di visionari e pragmatici

BEAM riunisce una community selezionata di professionisti, innovatori e change-maker provenienti da tutti i settori dell'ecosistema hospitality: strutture ricettive, ristorazione, destination management, food-tech, sostenibilità e cultura organizzativa. Questa diversità di prospettive crea l'ambiente ideale per:

- Sviluppare collaborazioni cross-settoriali che amplifichino l'impatto delle singole realtà
- Intercettare tendenze emergenti prima che diventino mainstream
- Costruire partnership strategiche con potenziali collaboratori, fornitori e clienti
- Posizionarsi all'avanguardia nel proprio ambito di specializzazione

Parte 6 - BEAM, dove il futuro dell'hospitality prende forma

Dall'ispirazione all'implementazione

Ciò che distingue realmente BEAM è l'attenzione all'applicabilità.

Ogni idea, ogni connessione, ogni momento è progettato per generare risultati concreti:

- Un network di relazioni autentiche con innovatori che condividono i tuoi valori e la tua visione
- Strategie e soluzioni pratiche per affrontare le sfide più pressanti della tua attività
- Una roadmap personalizzata per implementare i principi di hospitality rigenerativa nella tua realtà
- L'energia e la motivazione per

guidare il cambiamento piuttosto che subirlo

Conclusione:

Da spettatore a protagonista

Come abbiamo visto in questa guida, l'hospitality sta attraversando una trasformazione senza precedenti. Le sfide sono complesse, ma le opportunità per chi sa coglierle sono straordinarie.

BEAM offre l'opportunità di passare da semplice osservatore a protagonista attivo di questa trasformazione. È il punto d'incontro per chi non

si accontenta di adattarsi al cambiamento, ma vuole contribuire a plasmarlo.

Non limitarti a immaginare il futuro. Crealo insieme a noi.



BEAM

Hospitality
Gamechanger
Summit

I 5 trend del futuro dell'hospitality
tra AI e innovazione tecnologica

9