

Spunti d'innovazione | In Italia | Cose strane dal mondo

Presentiamo un articolo a cura di **Emilio De Risi**, redazione **21 Grammi di Turismo**, sulla **catena Four Seasons**, sui format **ristorativi** e sulle strane attrazioni turistiche.

Aumentano le dark kitchen. Cucine senza sala ristorante, pensate per preparare piatti e consegnarli a domicilio. L'analisi di *Italia a tavola* distingue tra **cloud kitchen** (più operatori condividono spazi, attrezzature e rider in una sorta di coworking alimentare) e **ghost kitchen** (un solo operatore gestisce tutto). **Vantaggi e svantaggi.** *Pro:* meno costi per spazi, arredi e personale di sala. *Contro:* i grandi attori del **delivery** sono allo stesso tempo competitor e rete distributiva del ristorante (con annesse commissioni); i costi di comunicazione sono alti; i turisti in genere preferiscono i ristoranti con servizio.

Four Seasons e gli eventi ibridi. Il gruppo alberghiero ha annunciato una tecnologia ideata per collegare diversi team di lavoro tra più hotel e creare così un **unico evento ibrido** ospitato in più alberghi della catena.

Da piattaforma per prenotare ristoranti a ristoratore. Il primo ristorante gestito da **OpenTable** sarà ospitato all'ultimo piano dell'albergo del motore di ricerca viaggi *Kayak*. Il ristorante, così come l'hotel, saranno un banco di prova per sperimentare nuove tecnologie legate all'accoglienza e alla ristorazione.

Fuoco incrociato. Ivana Jelinic, presidente *Fiavet*, lamenta le poche risorse per le agenzie di viaggio (che si sentono messe da parte poiché fanno viaggiare all'estero gli italiani). Paola Di Giovanni, presidente dell'*associazione nazionale*

accompagnatori guide e interpreti turistici, lamenta l'impossibilità di confrontarsi con il Ministro del Turismo.

Ah, l'amour. Grazie a un finanziamento di 16mln, a ottobre partirà il cantiere che tra tre anni e mezzo porterà alla riapertura della **Via dell'Amore**. Un'importante attrazione turistica ligure, ma anche un pezzo di storia e un angolo paesaggistico di grande valore.

Non solo pass vaccinale. Alla ministeriale del G20 sul turismo, oltre alle dichiarazioni sugli spostamenti, Mario Draghi ha sottolineato la necessità di renderlo più inclusivo e sostenibile, per proteggere l'ambiente e creare un'inclusione delle comunità locali.

Enit punta sulla web radio. L'obiettivo di **Visit Italy Web Radio** è raccontare e promuovere l'Italia attraverso musica, rubriche su turismo, arte, cultura, enogastronomia e folklore.

Il calamaro gigante. Una città giapponese ha speso 25 milioni di yen (circa 190 mila euro) di fondi per l'aiuto economico, realizzando l'enorme statua di un calamaro. I funzionari della piccola città di Noto sono certi che incoraggerà il turismo.

Non solo noi italiani siamo cintura nera in investimento originale di fondi.