

Anno XIII

30 ottobre - 14 novembre 1978 / n° 278 / lire 3000

AVINEWS

quindicinale di informazione tecnica per gli agenti di viaggi e turismo



Un albergo nato per il turismo d'affari, che non si dimentica come si deve fare per divertire il turista americano

LO SHERATON A ROMA: EFFICIENZA E FINZIONE



di Norberto Rigo

Ultimo nato della classe 5 stelle 'American style', lo Sheraton di Roma ama presentarsi con lo slogan "un grande albergo dove si vive e si lavora bene". Poiché l'Hotel della rinomata catena internazionale gode fama di azienda iperefficiente, siamo andati a visitarlo per voi.

Nostra guida è stata Marianne Dorsch, graziosa tedesca immancabilmente

bionda, approdata due anni or sono all'ufficio vendite; mentre venivamo accompagnati nei vasti saloni che costituiscono la lobby, i caffè, i ristoranti, e soprattutto l'enorme area destinata ai convegni, ci chiedevamo che cosa deve essere un grande albergo oggi. Non più solo un luogo confortevole dove dormire, con camere ben arredate, letti comodi e soprattutto pulite, ma una complessa struttura diremmo quasi

polivalente, che ruota intorno ai servizi puramente ricettivi, divenendo - nelle sue espressioni più vaste - quasi una città nella città.

Giganteschi alberghi nei quali un cliente potrebbe soggiornare per giorni e giorni senza mai mettere il naso fuori dalla hall; megastrutture che sono in grado di soddisfare tutte le esigenze dei loro ospiti, forniti come sono di numerosi bar, ristoranti, piscina,

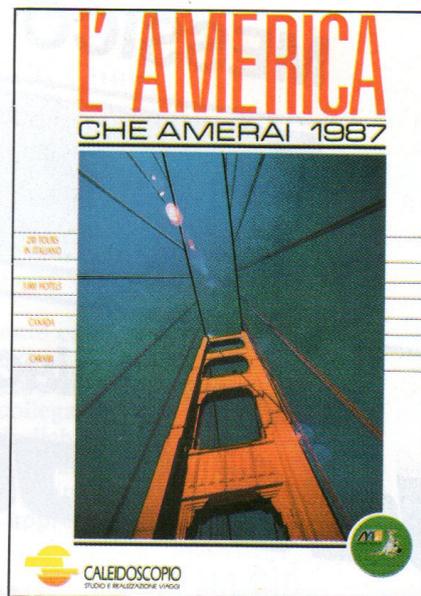
zi, parrucchiere, estetista, centro medico, perfino il check-in interno e l'agenzia di viaggi incorporata. E poi dalla propria camera seguire il programma televisivo preferito grazie alla ormai nota antenna satellitare, e così via. Stiamo parlando dello Sheraton di Roma? Sì e no. Stiamo facendo un discorso introduttivo che ci serve a spiegare meglio la realtà di quest'albergo che, a detta di Marianne Dorsch, si sente in concorrenza solo con l'Hilton di Montemario. Niente a che vedere con il lusso tradizionale ed in fondo 'europeo' dei Ciga Hotels del centro, meno che meno con i colossi più americaneggianti sorti lungo l'autostrada per l'aeroporto o sulla via Aurelia, lo Sheraton più che un albergo per turisti si sente una mini-città ad uso e consumo del mondo degli affari: immediato il collegamento con l'aeroporto, vicinissimo all'Eur - il moderno e futuro business-district della capitale - e inoltre l'ufficio Alitalia interno con possibilità di check-in (ma solo sui voli Alitalia e solo quelli internazionali) e soprattutto un'area-congressi di cui il più grande



ambiente, il Salone delle Signorie, vanta ben 500 metri quadri e la possibilità di ospitare 2.000 persone. Lo spazio destinato ai meeting ed ai congressi grandi e piccoli, riservati e pubblici, si articola su due piani: al primo piano 9 salette tranquille e raccolte, capaci di ospitare circa 25 persone ciascuna (dedicate ciascuna ad un artista e chiamate con un termine che ci sembra appropriato 'studi'), mentre al piano terreno si sviluppa l'area congressuale articolata con una serie di

I finti antichi romani del Caesar Party saloni (denominati con i nomi delle principali famiglie che fecero la storia d'Italia) intorno a quello già citato della Signorie, che è concepito per essere scomposto fino in 6 differenti sale più piccole, e seconda delle esigenze. L'intera struttura dipende da un ufficio a parte, il Centro Congressi, al quale lavorano stabilmente 5 persone. Il centro congressi contatta direttamente i propri clienti, senza dover passare per la direzione, alla quale si affida solo per quei congressi che pre-

VISITARE L'AMERICA? COME CAPITA O CON



CALEIDOSCOPIO

Via Fatebenefratelli 15 - 20121 Milano - tel (02) 655.9551 telex 330.080

GRAN NATALE E CAPODANNO 1987

Per le vacanze di fine anno una vasta scelta di destinazioni per la vostra clientela. Il meglio dei viaggi Jet Tours:

SEYCHELLES
CARAIBI·COMORES
MAURITIUS
POLINESIA FRANCESE
SENEGAL
PARIGI
MESSICO E PERÙ

2 viaggi in
CONCORDE AIR FRANCE
con destinazione Martinica
dal 21 al 28/12 o dal 28/12 al 4/1/88.

Viaggi di piacere

Jet tours
ITALIA®

Un piacere farli, un affare proporli.

Per le vostre prenotazioni
Jet Tours Italia - Via del Vecchio Politecnico, 5 - 20121 MILANO
Tel. 02/784411-67-73 - 709544 - Telex 330814 I

gli alberghi più

vedono anche il pernottamento. Negli stessi spazi e negli ambienti all'aperto che li circondano, lo Sheraton organizza le proprie festiciole nate e pensate per il più bieco turismo americano: Cesar Party, Fantasia Italiana, Viva Bacchus e Ciao Italy. La tradizione, la storia, il mito, il solito pittoresco di plastica che piace tanto ai signori del dollaro non poteva mancare e la direzione dell'albergo, nell'ottica di un preciso mercato per il quale sa di essere nata, non ha esitato a riproporli in grande stile. Finti gladiatori e vere odalische, veri rigatoni in cesti di vimini (Barilla?) e finti carri siciliani (o veri carri siciliani e finti rigatoni?), veri costumi tradizionali 'made in Taiwan' e finte reti di pescatori, vero o falso che sia il dettaglio, un'Italia ormai quasi scomparsa torna in formato cartolina nelle sale dello Sheraton per l'illusorio divertimento di quell'eterno bambino che è il turista americano. Lasciamo l'effimero per tornare alla sostanza dei servizi: al di fuori dell'efficiente struttura congressuale, esiste un albergo che offre camere accoglienti anche se un po' piccole (a parte una suite che potrebbe diventare un appartamento di tre stanze con cucinotto al modico prezzo di circa 1 milione e 300.000 lire - trattabili - al giorno), un ristorante veloce per la piccole colazioni ed i pasti di tutti i giorni, ed un altro più raccolto per le cene importanti o romantiche al lume di candela, oltre ad un terzo ristorante di recente apertura destinato ai banchetti di gruppo. Come per tutti gli Sheraton, le prenotazioni in tempo reale possono passare attraverso il booking Sheraton di Milano, che è collegato con un sistema computerizzato agli alberghi della catena di tutto il mondo. Ultima novità, la nascita dello Sheraton Club International, stabilita in occasione del primo cinquantenario della catena, che offre ai propri clienti la possibilità di raccogliere dei punti in base alla spesa: i punti accumulati diventeranno un certificato-premio da spendere nei vari Sheraton del mondo. Per celebrare il compleanno lo Sheraton di Roma, come tutti i cugini riuniti sotto lo stesso marchio con il sistema del franchising, ha esposto nella hall una grande torta, naturalmente di plastica. ■