

A R S E N A L E

RASSEGNA STAMPA

Gennaio 2026

## Arsenale, al via l'accordo con SIMEST per il primo ultra-luxury train cruise italiano in Arabia Saudita

LINK: <https://www.affaritaliani.it/economia/notizie-aziende/arsenale-al-via-l-accordo-con-simest-per-il-primo-ultra-luxury-train-cruise-italiano-i...>



**Arsenale**, al via l'accordo con SIMEST per il primo ultra-luxury train cruise italiano in Arabia Saudita

**Barletta (Arsenale)**: "L'accordo siglato con SIMEST e le istituzioni saudite conferma come la collaborazione tra imprese e istituzioni possa promuovere le eccellenze italiane nel mondo" di Redazione Corporate 2026-01-04T10:00:00+01:00

**Arsenale** annuncia un accordo strategico con SIMEST (Gruppo Cassa Depositi e Prestiti) per 'Dream of the Desert', il primo ultra-luxury train cruise italiano in Arabia Saudita, che segna l'ingresso del Gruppo nel mercato mediorientale. L'operazione prevede un investimento equity congiunto pari a 37 milioni di euro da parte di **Arsenale** e SIMEST e un finanziamento di 35 milioni di euro erogato dal Tourism Development Fund saudita. Il progetto, nato a seguito dell'accordo siglato da

**Arsenale** con Saudi Arabia Railways (SAR) per l'utilizzo della rete ferroviaria nazionale, prevede l'intervento di SIMEST per 15 milioni di euro attraverso la Sezione Infrastrutture del Fondo 394/81, il plafond - gestito in convenzione con il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale - dedicato alle imprese italiane attive nelle grandi commesse estere che valorizzano la filiera nazionale. L'intesa si colloca nel quadro della crescente collaborazione economica tra Italia e Arabia Saudita, rafforzata dall'apertura della nuova sede SIMEST a Riyadh e dal Memorandum of Understanding firmato tra CDP, SIMEST e la Camera di Commercio Italo-Araba (JIACC). 'Dream of the Desert' rappresenta uno dei primi progetti volti a valorizzare questa partnership, introducendo un modello pubblico-privato distintivo nel settore ferroviario. Interamente

progettato, prodotto e allestito in Italia, il treno è stato sviluppato attraverso gli hub industriali di **Arsenale**, CPL a Brindisi e Standgreen a Bergamo, con Cantieri Ferroviari Italiani (CFI) come general contractor del **Gruppo Arsenale**, responsabile del coordinamento di una rete di PMI italiane ad alta specializzazione nei settori del design, della meccanica avanzata, dell'ingegneria, del lusso e dell'hospitality. "Dream of the Desert è un progetto simbolo per il nostro Gruppo e per l'industria ferroviaria internazionale. Valorizza le PMI italiane e costituisce un caso a ripista di partnership pubblico-privata nel settore ferroviario di lusso. L'accordo siglato con SIMEST e le istituzioni saudite conferma come la collaborazione tra imprese e istituzioni possa creare valore duraturo e promuovere le eccellenze italiane nel mondo", commenta **Paolo Barletta**, CEO di **Arsenale**. Regina

Corradini D'Arienzo, CEO di SIMEST, ha dichiarato: "L'intesa sottoscritta con un primario attore industriale come **Arsenale** per la realizzazione di un progetto strategico per il Made in Italy, conferma il rafforzamento del ruolo di SIMEST a sostegno del tessuto produttivo italiano e delle sue filiere. Attraverso la prima operazione realizzata nell'ambito del Plafond di equity del fondo pubblico di Investimenti Infrastrutturali, SIMEST interviene direttamente come socio per accrescere la competitività delle nostre imprese impegnate in progetti infrastrutturali ad alto valore aggiunto, favorendo al contempo l'espansione del Made in Italy in mercati strategici ad elevato potenziale di crescita, come quello saudita". "Lo strumento, sviluppato da SIMEST sotto la regia del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e in collaborazione con Cassa Depositi e Prestiti, si inserisce pienamente nell'azione del Sistema Italia, che, sotto la regia della Farnesina, vede il coinvolgimento di CDP, SIMEST, ICE e SACE. Un approccio integrato volto a garantire alle imprese italiane un supporto strutturato e complementare --

dall'azione istituzionale a quella finanziaria -- per affrontare con efficacia le principali sfide della competitività internazionale", ha concluso Regina Corradini D'Arienzo. Il primo ultra-luxury train offrirà itinerari di 1-2 notti con partenza da Riyadh verso alcune delle destinazioni più iconiche del Regno, tra cui AlUla, sito UNESCO, e Hail, fino al confine con la Giordania. Gli interni sono firmati dall'architetto e interior designer Aline Asmar d'Amman, founder dello studio Culture in Architecture. La prima carrozza è stata consegnata a settembre 2025 e l'avvio operativo è previsto per fine 2026 - con pre-reservations aperte da novembre 2025. **Arsenale**, al via l'accordo con SIMEST per il primo ultra-luxury train cruise italiano in Arabia Saudita

EVENTI

# A Paolo Barletta il Premio Colombo



Da sinistra: Alessandro D'Ilario (presidente Giovani Albergatori Roma), Fabio Raimondo (presidente CNGA), Paolo Barletta (CEO di Arsenale Group) e Giuseppe Roscioli (presidente Federalberghi Roma e vicepresidente vicario Federalberghi Nazionale)

Imprenditore filantropo, investitore e leader del turismo di lusso, mosso da una grande ambizione, quella di far tornare l'Italia protagonista nel settore: è a Paolo Barletta, CEO di Arsenale Group, che il Comitato Nazionale Giovani Albergatori di Federalberghi ha tributato il Premio Colombo 2025, importante riconoscimento del comparto che viene conferito a personalità che si sono distinte per il loro impegno a favore della cultura e del turismo italiano.

La cerimonia di premiazione si è svolta presso l'Hotel Orient Express La Minerva di Roma, alla presenza del presidente del CNGA Fabio Raimondo, del presidente di Federalberghi Roma Giuseppe Roscioli, del direttore generale Federalberghi Alessandro Massimo Nuca-

ra e di un nutrito pubblico di giovani albergatori.

“Siamo lieti di consegnare il Premio Colombo a un importante imprenditore del turismo, una persona che, come giovani albergatori, ci è di stimolo e di esempio”, ha dichiarato il presidente del CNGA Fabio Raimondo.

“Siamo molto onorati che un riconoscimento del valore del Premio Colombo sia stato assegnato a un imprenditore che ha investito nella nostra città – ha detto il presidente di Federalberghi Roma, Giuseppe Roscioli – coniugando visione strategica e innovazione con un legame profondo verso il territorio e la tradizione dell'ospitalità italiana. La sua esperienza rappresenta un esempio concreto di come i giovani imprenditori possano

contribuire a rinnovare il settore turistico nazionale, mantenendo saldo il valore della qualità dell'accoglienza che ci contraddistingue nel mondo”.

“Il turismo di lusso è oggi uno dei linguaggi più forti con cui l'Italia può raccontarsi al mondo – ha dichiarato Paolo Barletta – non solo come destinazione, ma come stile, cultura e modo di vivere. Ricevere questo premio è per me motivo di grande orgoglio e anche di responsabilità: significa rappresentare un settore che ha la forza di unire visione e autenticità, innovazione e tradizione. Il turismo italiano può e deve tornare a essere una guida nel panorama internazionale, continuando a valorizzare la bellezza, la creatività e il talento che rendono unico il nostro Paese”.

## Arsenale, Simest e fondo saudita investono oltre 70 mln EUR per il luxury train

LINK: <https://hotellerie.pambianconews.com/2026/01/07/arsenale-simest-e-fondo-saudita-investono-oltre-70-mln-e-per-il-luxury-train/>



**Arsenale**, Simest e fondo saudita investono oltre 70 mln EUR per il luxury train by Redazione 7 Gennaio 2026 **Arsenale** ha siglato un accordo strategico con Simest (Gruppo Cassa Depositi e Prestiti) per 'Dream of the Desert', il primo ultra-luxury train cruise italiano in Arabia Saudita, che segna l'ingresso del gruppo nel mercato mediorientale. L'operazione prevede un investimento equity congiunto pari a 37 milioni di euro da parte di **Arsenale** e Simest e un finanziamento di 35 milioni di euro erogato dal Tourism Development Fund saudita. Il progetto, nato a seguito dell'accordo siglato da **Arsenale** con Saudi Arabia Railways (Sar) per l'utilizzo della rete ferroviaria nazionale, prevede l'intervento di Simest per 15 milioni di euro attraverso la Sezione Infrastrutture del Fondo 394/81, il plafond - gestito in convenzione con il ministero degli Affari Esteri

e della Cooperazione Internazionale - dedicato alle imprese italiane attive nelle grandi commesse estere che valorizzano la filiera nazionale. Interamente progettato, prodotto e allestito in Italia, il treno è stato sviluppato attraverso gli hub industriali di **Arsenale**, Cpl a Brindisi e Standgreen a Bergamo, con Cantieri Ferroviari Italiani (Cfi) come general contractor del **Gruppo Arsenale**, responsabile del coordinamento di una rete di Pmi italiane ad alta specializzazione nei settori del design, della meccanica avanzata, dell'ingegneria, del lusso e dell'hospitality. "Dream of the Desert è un progetto simbolo per il nostro gruppo e per l'industria ferroviaria internazionale. Valorizza le Pmi italiane e costituisce un caso a ripista di partnership pubblico-privata nel settore ferroviario di lusso. L'accordo siglato con Simest e le istituzioni saudite conferma come la collaborazione tra imprese e

istituzioni possa creare valore duraturo e promuovere le eccellenze italiane nel mondo" commenta **Paolo Barletta**, CEO di **Arsenale**.

# UN NUOVO UMANESIMO

**Il turismo italiano punta su autenticità e persone: esperienze su misura, luoghi veri e relazioni genuine guidano il viaggio del futuro**

*di Mara Cella*

**I**l turismo non è più un settore accessorio ma l'industria del futuro. I numeri lo confermano: tra gennaio e ottobre 2025 Roma ha registrato oltre 44 milioni di presenze con una crescita del 3,2% rispetto all'anno precedente e un aumento occupazionale del 5,5% nel comparto. Dati che rafforzano il ruolo della capitale come laboratorio economico e culturale e come simbolo di un'Italia che si ripensa anche attraverso il viaggio. Agli Stati Generali del turismo e al World travel & tourism council (Wttc) global summit, ospitati a Roma di recente, il tema centrale è stato l'alto di gamma, inteso non come lusso ostentato, bensì come lusso esperienziale, sostenibile e personalizzato.

**I**n tale contesto Alessandro Onorato, assessore ai Grandi eventi, sport, turismo e moda di Roma Capitale, ha ribadito quanto il

**TRA GENNAIO  
E OTTOBRE 2025 ROMA  
HA REGISTRATO  
OLTRE 44 MILIONI  
DI PRESENZE CON UNA  
CRESCITA DEL 3,2%  
RISPETTO ALL'ANNO  
PRECEDENTE E UN AUMENTO  
OCCUPAZIONALE DEL 5,5%  
NEL COMPARTO**

turismo debba essere "un'industria capace di generare valore, nuovi posti di lavoro ben retribuiti, significative ricadute economiche sul territorio e nuove opportunità collettive". I dati lo confermano, Roma è e sarà sempre più protagonista anche nel 2026: una piattaforma e palcoscenico naturale fra arte, cinema, moda, grandi eventi sportivi e musicali, infrastrutture d'eccellenza come l'aeroporto di Fiumicino - primo hub europeo per il settimo anno consecutivo - e nuove aperture di blasonati brand dell'alta ospitalità. Tutti elementi che si intrecciano in un racconto coerente e competitivo, mentre la sfida sarà attrarre flussi qualificati e consapevoli, viaggiatori sempre più iperconnessi ma desiderosi di esperienze di socialità, reali e trasformative.

**A**udrey Hendley, presidente di American Express Travel, ha definito questo cambio di paradigma come un passaggio

ITALIANO VERO



NOBU HOTEL  
ROMA INTRECCIA  
AUTENTICITÀ  
E DESIGN  
CON UN LUSSO  
ARTIGIANALE CAPACE  
DI CONNETTERE  
LUOGHI, PERSONE  
E PASSIONI.  
COME SUCCIDE  
ALL'HOTEL  
ARMANI MILANO

dal 'dove' al 'perché': perché i viaggiatori cercano valore emotivo duraturo, esperienze che riflettano passioni e offrano un senso autentico di benessere. Gli hotel diventano sempre più 'casa lontano da casa'. Cresce la predilezione per mete meno affollate e più autentiche, e non a caso American Express Travel ha ampliato i programmi Fine hotels + resorts e The hotel collection con oltre 400 nuove strutture in 49 destinazioni, molte delle quali orientate a wellness, sostenibilità e servizi su misura. In questo scenario si inserisce anche la visione di Orient Express, emblema del lusso esperienziale fin dal 1883, che con il debutto del treno La Dolce Vita ha trasformato l'Italia in un salotto itinerante dove eleganza e scoperta si fondono. Inoltre, nel 2025 ha inaugurato a Roma il primo hotel Orient Express al mondo: La Minerva, un palazzo del XVII secolo restituito al suo splendore grazie al design contemporaneo di Hugo Tori e alla storica terrazza che affaccia sul

ITALIANO VERO



Pantheon con l'esperienza gourmet firmata Gigi Rigolatto. Nel 2026 sarà la volta di Orient Express Venezia, presso Palazzo Donà Giovannelli, e all'orizzonte si profila il debutto dello yacht a vela Corinthian, simbolo di un lusso che si muove tra heritage e innovazione.

**A**ccanto al leisure cambia pelle anche il business travel: secondo Deloitte, il 74% dei travel manager ha aumentato i budget rispetto al presente anno ma per viaggi più brevi e mirati come i micro-trip di 12 ore, con soluzioni di intelligenza artificiale integrate che agiscono come veri e propri AI-butler capaci di gestire prenotazioni, policy e imprevisti. Dunque il filo rosso che unisce leisure e corporate travel nel 2026 è chiaro: viaggi intelligenti, sostenibili, personalizzati e supportati da tecnologia avanzata. Si profila un nuovo umanesimo del viaggio in cui il lusso coincide con tempo, significato e qualità dell'esperienza. Il viaggiatore contemporaneo cerca storie da vivere e raccontare, e Roma o Milano - con indirizzi iconici come Nobu Hotel Roma e Armani Hotel Milano - diventano scenari di un lifestyle che intreccia autenticità e design con un lusso artigianale capace di connettere luoghi, persone e passioni. In questo orizzonte il turismo italiano si conferma industria del futuro, non semplice spostamento ma esperienza trasformativa: si andrà in tale direzione, viaggiare significherà sempre più relazionarsi, immergersi in un racconto e vivere esperienze vere. ●

## Il Treno della Dolce Vita è l'Italia del futuro

LINK: <https://www.nicolaporro.it/il-treno-della-dolce-vita-e-litalia-del-futuro/>



Il Treno della Dolce Vita è l'Italia del futuro Luigi Bisignani; Nicola Porro I grandi investitori visionari non si misurano dalla quantità di capitale, ma dalla capacità di immaginare un'evoluzione industriale dove altri vedono solo inerzia. Nel Novecento italiano questa categoria aveva pochi nomi chiari: Adriano Olivetti che fece dell'impresa un progetto civile, e Piero Pirelli che seppe unire manifattura, ricerca e respiro internazionale. Oggi, se ne sta affacciando un altro: **Paolo Barletta**, classe 1986, in soli cinque anni, nell'Italia dei lacci e dei laccioli, in pieno Covid riesce a compiere un piccolo miracolo industriale: trasformare vecchi vagoni ferroviari dismessi in una piattaforma di lusso contemporaneo, senza nostalgia e senza assistenzialismo. Il Treno della Dolce Vita - **Orient Express** nasce così: carrozze FS, comodissime ma accantonate, acquistate al prezzo del ferro, poi

smontate e ricostruite integralmente. Oggi queste carrozze sono state rimesse in esercizio grazie a una filiera tutta italiana fatta di **ingegneria, design, artigianato evoluto, tecnologia ferroviaria**. Il progetto attraversa l'Italia lungo tragitti di binari iconici, dalla Puglia al Piemonte, e restituisce al viaggio una dimensione alta: il lusso come tempo, lentezza, qualità, non come ostentazione. Accanto a Barletta ci sono altri due grandi capitali privati che danno peso e profondità alla visione: Nicola Bulgari e Luca Rovati. Non manca il colpo di scena: a quattro giorni dal lancio **Orient Express** si sfila, poi torna sui suoi passi. Delle Ferrovie il contributo fondamentale arriva soprattutto dall'ingegner Luigi Cantamessa, direttore della Fondazione FS, un giovane cantore delle rotaie e vero intenditore di cose ferroviarie, la benedizione di Monsignor Liberio Andreatta convinto che il turismo sia cultura e anche

Fede in movimento. E poi c'è la scena pubblica, che è anche un giudizio: un docufilm di un'ora, raccontato ieri sera all'Auditorium davanti a 1500 persone commosse. Un'Italia che si riconosce quando vede un'eccellenza vera. Proprio per questo, stride il vuoto istituzionale: dov'erano Salvini, Tajani, Urso, Santanchè, e quella folla di 40 sottosegretari sempre pronti a comparire? Assenti. A rappresentare 'la categoria', solo Alessandro Onorato il super assessore capitolino: il nuovo che avanza. Dopo l'Italia, il progetto guarda lontano: dall'Egitto agli Emirati, esportando non solo un treno, ma un modello industriale italiano. Il Treno della Dolce Vita che crea ricchezza per le aziende del Belpaese non celebra il passato. Dimostra che l'Italia può ancora inventare futuro, viaggiando sui propri binari. Luigi Bisignani per *Il Tempo* 22 gennaio 2026 Nicolaporro.it è anche su Whatsapp. È sufficiente cliccare qui per iscriversi al

canale ed essere sempre aggiornati (gratis).

## Al ristorante e in hotel con le nuove puntate di "Emily in Paris"

LINK: [https://www.mangiaebevi.it/al-ristorante-e-in-hotel-con-le-nuove-puntate-di-emily-in-paris/?utm\\_source=rss&utm\\_medium=rss&utm\\_campaign=al-ri...](https://www.mangiaebevi.it/al-ristorante-e-in-hotel-con-le-nuove-puntate-di-emily-in-paris/?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=al-ri...)



Al ristorante e in hotel con le nuove puntate di "Emily in Paris" Sabrina Quartieri Tra Roma e Venezia, gli indirizzi italiani da non perdere per gli amanti della V stagione della popolarissima serie Netflix. Esclusivi rooftop e giardini segreti di ristoranti e hotel, ma anche tappe enogastronomiche all'insegna della tipicità più verace, in trattoria e in osteria. Sono tanti i luoghi dei set seduti a tavola nelle nuove avventure di Emily Cooper (Lily Collins), l'attesissima quinta stagione di "Emily in Paris" girata tra la Ville Lumière, Roma e, stavolta, pure Venezia. Dieci puntate da guardare, per lasciarsi poi ispirare su quali indirizzi raggiungere, nella Città eterna e in quella lagunare, a colazione, a un brunch, a un aperitivo o a una cena in compagnia della frizzante nuova capa di Agence Grateau Rome. I rooftop nella Città eterna Salotti en plein air con vista mozzafiato. Tra i luoghi dei

set più glamour, c'è il rooftop di Zuma Restaurant, scelto per le riprese della colazione tra Sylvie (Philippe Leroy-Beaulieu) e Giancarlo (Raoul Bova), la sua vecchia e ancora attuale fiamma romana. È protagonista di più situazioni invece l'hotel **Orient Express La Minerva**. La struttura è scelta sia per il soggiorno di Mindy (Ashley Park) in occasione del suo ingaggio nel programma "Ballando! Ballando! Ballando!", sia per il viaggio di lavoro a Roma di Alfie (Lucien Laviscount). Una coincidenza che si rivelerà galeotta, visto che proprio in una suite inizia la loro imprevista "avventura vacanziera". Ancora: sul tetto, al ristorante Gigi Rigolatto Roma, Sylvie convoca il suo team per comunicare che è giunto il tempo di dire addio alla Città eterna. Infine, il rooftop del ristorante Settimo, presso l'hotel Sofitel Roma Villa Borghese,

fa da cornice alle riprese in cui le fidanzate di Luc (Bruno Gouery) prendono coscienza di essere state tradite e lo lasciano entrambe in contemporanea. Il giardino segreto a un passo da piazza del Popolo L'Hotel de Russie è la location dell'incontro di Emily e Sylvie con Marcello Muratori (Eugenio Franceschini), sua madre Antonia (Anna Galiena) e il titolare della Maison Lavaux Antoine Lambert (William Abadie). In particolare, nel giardino segreto in cui è ospitato il ristorante, si discute della nuova collaborazione per lanciare il profumo del brand di Solitano nato dal naso francese. L'osteria in centro storico Dopo averla incontrata per caso, Sylvie si siede con la principessa Jane (Minnie Driver), sua amica di vecchia data di cui aveva perso le tracce, per ricordare davanti a un drink il passato condiviso. I tavoli sono quelli dell'Osteria del Barbiere, a via Lancellotti, locale a un passo da piazza

Navona. L'hotel La Posta Vecchia sul litorale L'esclusivo hotel di Palo Laziale, La Posta Vecchia, è il luogo scelto sul litorale a nord di Roma, per girare le scene del party in cui Mindy interpreta "Espresso" il brano musicale di Sabrina Carpenter, in occasione di una collaborazione dell'Agence Grateau con Bavazza (azienda fittizia) per lanciare i Bavazzatini, bevande a base di caffè e vodka francese. Venezia tra ristoranti, bar e iconici hotel Quando Sylvie vede Gabriel (Lucas Bravo) durante un breve viaggio a Roma dello chef, dopo aver saputo che Emily si è trasferita lì, lo porta a pranzo fuori. Il ristorante, in realtà, si trova a Venezia e si chiama l'Osteria Alla Frasca. Un posticino riservato, a Corte de la Carità, zona della città lagunare poco turistica. Con un assaggio finale del dolce al cucchiaio per eccellenza, il tiramisù, la protagonista della serie cena invece romanticamente con Marcello al ristorante Moro. Sempre a Venezia, lei e Mindy fanno una sosta gelato al Bar Ai Miracoli. E se l'hotel del soggiorno per il debutto, nel corso della fashion week, del brand Marcello Muratori è il St. Regis Venice, che si rivede nel momento Aperol Spritz al ristorante dell'albergo Gio's con Mindy e per la colazione del giorno dopo, è

il rooftop dell'iconico e storico Hotel Danieli a ospitare l'evento che celebra il successo della sfilata di Marcello.

## Treni di lusso, nel 2026 il turismo su rotaia ridisegna l'idea di vacanza

LINK: <https://www.idealista.it/news/vacanze/mercato-turistico/2026/01/26/314407-treni-di-lusso-nel-2026-il-turismo-su-rotaia-ridisegna-l-idea-di-v...>



Treni di lusso, nel 2026 il turismo su rotaia ridisegna l'idea di vacanza <https://eltrenalandalus.com/> Floriana Liuni 26 Gennaio 2026, 10:00 Nel 2026 il viaggio in treno di lusso si afferma come una delle esperienze più raffinate e ricercate del turismo internazionale. Lontano dalla velocità impersonale degli aeroporti, questi convogli riportano al centro il tempo, l'osservazione e il piacere della scoperta graduale dei paesaggi, in un ambiente esclusivo che quasi ti fa scordare la meta. Ecco alcuni dei più bei treni per un viaggio indimenticabile. Attraversare l'Europa - e non solo - su rotaia significa assistere al mutare dei paesaggi dal finestrino, immergersi in interni d'epoca, riscoprire la socialità delle carrozze e trasformare lo spostamento in parte essenziale dell'esperienza di viaggio. In un continente dove nel giro di poche ore si passa dal Mediterraneo alle grandi

capitali storiche, il treno diventa il mezzo più autentico per leggere il territorio. La lentezza non è un limite, ma un valore: pasti serviti come rituali, conversazioni che nascono nei salotti viaggianti, attese che diventano piacere. È in questo contesto che alcune delle più iconiche tratte ferroviarie si preparano a debuttare o a rinascere nel 2026. Ecco quali: Al-Andalus: un nuovo sguardo sulla Spagna da Siviglia a Madrid Tra le novità più attese spicca il rinnovato itinerario dell'Al-Andalus, storico treno di lusso spagnolo che dalla primavera 2026 collegherà Siviglia a Madrid con un viaggio di sette giorni. Un percorso di oltre 480 chilometri attraverso l'anima dell'Andalusia, tra città d'arte, siti Patrimonio UNESCO e scorci sul mare. Il tragitto toccherà località come Cadice, Cordova, Jerez, Mérida, Aranjuez e Alcázar de San Juan, alternando visite archeologiche e palazzi reali

a esperienze gastronomiche, spettacoli equestri, serate di flamenco e momenti di relax sulla costa. Il viaggio si svolge a bordo di carrozze originali della Wagon-Lit Company del 1929, restaurate con estrema cura: un patrimonio storico che un tempo accompagnava la monarchia britannica attraverso la Francia. Con i suoi 14 vagoni e una lunghezza di 450 metri, l'Al-Andalus è oggi il treno più lungo della Spagna e accoglie un massimo di 64 passeggeri, garantendo un'atmosfera riservata ed esclusiva. Lounge in stile Anni Venti, servizio in cabina attivo 24 ore su 24 e una ristorazione firmata da chef di alto livello completano l'esperienza. Le sistemazioni spaziano dalle eleganti Grand Class Room alle più ampie Deluxe Suite, dotate di bagno con doccia idromassaggio. Le tariffe partono da oltre 11.000 euro a persona. <https://eltrenalandalus.com/> Venice Simplon-Orient-

**Express** Nel maggio 2026 anche il Venice Simplon-Orient-Express arricchisce la propria offerta con una rotta destinata a diventare iconica: da Parigi alla Costiera Amalfitana. Il viaggio inaugurale, in programma dal 4 al 7 maggio, promette un equilibrio perfetto tra scoperta e relax, attraversando alcuni dei paesaggi più suggestivi d'Europa. Le carrozze storiche degli Anni Venti e Trenta accolgono gli ospiti in un ambiente di eleganza senza tempo, con cabine, suite e Grand Suite che declinano il lusso in forme diverse ma sempre discrete. Una volta giunti in Italia, l'esperienza prosegue con un soggiorno al Caruso di Ravello, antico hotel affacciato sul mare, dove sono previste serate musicali private, cene di gala e attività dedicate alla cultura e alla gastronomia locale. Il programma include escursioni in barca lungo la Costiera, visite a Pompei, corsi di cucina e di pittura, oltre a esperienze riservate agli ospiti delle Grand Suite, come l'accesso a spazi solitamente chiusi al pubblico. Tutti gli spostamenti avvengono in auto di lusso, con la possibilità di personalizzare l'itinerario. Il grande ritorno dell'Orient Express Il 2026 segna anche la rinascita dell'Orient Express

originale, il leggendario 'palazzo su ruote' inaugurato nel 1883 e simbolo assoluto dell'età d'oro del viaggio ferroviario. Dopo la sospensione del servizio nel 1977, il progetto torna oggi in una veste completamente rinnovata, frutto del lavoro di trenta maestri artigiani che hanno restaurato e reinterpretato le cabine in stile art déco. Vetri, tessuti, legni pregiati e arredi su misura trasformano ogni carrozza in un'opera d'arte itinerante. La carrozza bar, con velluti, marmi e palissandro, si conferma il cuore sociale del convoglio, mentre il ristorante consente di osservare lo chef all'opera in un ambiente scenografico. Per chi cerca il massimo dell'esclusività, la suite presidenziale occupa un'intera carrozza privata. In attesa dell'annuncio ufficiale degli itinerari, il progetto è già visibile al pubblico in una mostra al Musée des Arts Décoratifs di Parigi, aperta fino ad aprile 2026. <https://www.orient-express.com/> Dream of the Desert: lusso su rotaia nel cuore dell'Arabia Guardando oltre l'Europa, dalla fine del 2026 debutterà in Arabia Saudita il treno ultra-lusso **Dream of the Desert**. Un convoglio pensato per attraversare paesaggi desertici e siti archeologici

millenari, offrendo un'esperienza immersiva che unisce comfort contemporaneo, tecnologia e design italiano. Le 14 carrozze ospiteranno 31 suite e due royal suite per un totale di 66 passeggeri, mentre l'offerta di viaggio si articolerà in cinque itinerari tematici dedicati alla scoperta del territorio e dell'identità culturale. <https://www.dreamofthedesert.com/> Seven Stars in Kyushu: l'anima del Giappone su rotaia In Giappone, infine, il Seven Stars in Kyushu tornerà a viaggiare da marzo 2026 con itinerari fino a quattro giorni sull'isola di Kyushu. Il treno, composto da sette carrozze, propone un'esperienza che fonde artigianato giapponese, comfort occidentale e attenzione ai dettagli tipica della cultura nipponica. Suite spaziose, lounge panoramiche, bar, ristoranti e una sala da tè accompagnano un viaggio dedicato alla scoperta di natura, storia, cucina e tradizioni locali. I posti risultano già prenotati fino al febbraio 2027, a conferma di un interesse crescente per un modo di viaggiare che privilegia profondità, lentezza e autenticità. <https://www.cruisetrain-sevenstars.jp/>



080

— Lo scenografico percorso porticato della Stazione Roma Ostiense che conduce alla sala d'attesa dei treni **La Dolce Vita Orient Express**.  
Pagina accanto, uno scorcio degli interni firmati dall'architetto Hugo Toro.

DESIGN IN VIAGGIO

081

## DOLCE ATTESA

A Roma Ostiense, una lounge d'autore, firmata Hugo Toro, accoglie i passeggeri del nuovo **La Dolce Vita Orient Express**. Pronti per la partenza

testo di **Laura Maggi** — foto di **Mr. Tripper**



ELLE DECOR ITALIA



083

ELLE DECOR ITALIA

## “La lounge fonde l'eredità dell'Orient Express con una forte influenza Anni 70, filtrata attraverso una lente contemporanea”

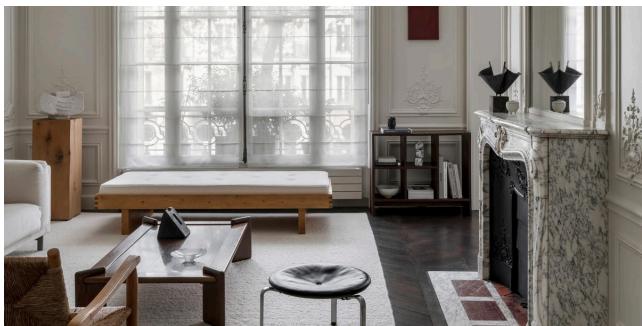
— Hugo Toro

**PRELUDIO DI UN VIAGGIO CHE SFIDA IL TEMPO.** La Dolce Vita Lounge accoglie i viaggiatori “delle ‘crociere su rotaia’ in uno spazio che è una soglia più che una destinazione. Solare, gioioso e cinematografico. Per questo motivo il soffitto è interamente rifinito in lacca gialla: definisce il tono fin dal primo istante”. Così l'architetto Hugo Toro descrive il suo progetto per la sala d'attesa all'interno della stazione di Roma Ostiense. Da qui partono i treni La Dolce Vita Orient Express verso destinazioni che si estendono da Venezia a Portofino, da Siena ai Sassi di Matera, dai vigneti di Montalcino alla via del tartufo verso Nizza Monferrato, fino alle tappe siciliane di Catania, Palermo e Taormina. Qui inizia l'esperienza del viaggio, già prima della partenza, all'interno di una lounge di circa 600 mq pensata come un salotto elegante dove i viaggiatori possono degustare piccoli assaggi locali e drink, rilassarsi tra sedute e tavoli conviviali e curiosare nella boutique interna, che propone una selezione raffinata di accessori, libri e oggetti per la casa. A seconda dell'orario di partenza, la cucina dello chef tedesco Heinz Beck firma lunch o cene servite, affiancate da un bar dedicato ai cocktail. Musica dal vivo con pianoforte accompagna l'attesa, favorendo un'atmosfera rilassata e di incontro. Completano l'esperienza servizi esclusivi come docce riservate e un concierge che si occupa dei bagagli, già sistemati nelle cabine prima dell'imbarco, mentre agli ospiti vengono consegnati biglietti cartacei con itinerario e assegnazione della cabina. “L'intervento ha richiesto un approccio estremamente accurato e rispettoso, guidato dalla volontà di valorizzare l'identità architettonica della stazione e il suo patrimonio artistico”, sottolinea Marco Girotto, General Manager La Dolce Vita Orient Express. “Sotto la direzione creativa di Hugo Toro, artigiani e artisti altamente specializzati hanno lavorato con grande precisione anche al restauro dei mosaici originali di Giulio Rosso e Maria Zaffuto, restituendo loro centralità all'interno dello spazio... Opere d'arte ispirate al tema del viaggio – tra vedute urbane, paesaggi lontani e suggestioni esotiche – completano l'esperienza, trasformando il luogo in uno spazio che coniuga monumentalità storica e raffinatezza attuale, catturando il romanticismo del viaggio all'italiana

nel pieno rispetto dei codici architettonici di Roma Ostiense”, spiega Girotto. “La lounge fonde l'eredità dell'iconico treno con una forte influenza Anni 70, filtrata attraverso una lente contemporanea”, conferma Hugo Toro, già autore degli interni dell'hotel Orient Express La Minerva di Roma. “L'architettura esistente, con la sua rigorosa struttura in travertino, offriva uno sfondo potente. Piuttosto che addolcirla, ho scelto di contrastarla con calore, colore e ritmo. Lo spazio si sviluppa attraverso una serie di sequenze, offrendo atmosfere diverse a seconda che ci si trovi da soli, in coppia o in gruppo, creando un ambiente intimo ma al tempo stesso dinamico”. Ogni elemento d'arredo è su disegno, dalle lampade alla banquette centrale, fino alle poltrone. “La lounge è concepita come un insieme coerente, in cui architettura, arredi e illuminazione creano un momento memorabile”, precisa l'architetto. I riferimenti all'Art Déco, “la sua geometria, il senso di simmetria, la spiccata artigianalità sono stati combinati per creare un patchwork nomade di ispirazioni. L'obiettivo non era la nostalgia ma la reinterpretazione in chiave moderna di una sala d'attesa d'altri tempi”, continua Toro. “La scelta di ospitare La Dolce Vita Lounge all'interno della stazione di Roma Ostiense è frutto di una decisione consapevole, legata al suo ruolo strategico e al suo importante patrimonio storico e architettonico. Desideravamo individuare un luogo che rappresentasse l'inizio naturale dell'esperienza: uno spazio accogliente e scenografico, in grado di evocare l'eleganza del viaggio fin dal primo momento e di intrecciare dimensione esperienziale e narrazione culturale”, riprende Girotto. “Con La Dolce Vita Orient Express abbiamo introdotto un nuovo modello nel panorama turistico mondiale, guidando un trend emergente: ‘le crociere su rotaia’, oggi sempre più rilevanti a livello globale”, chiosa Paolo Barletta, CEO di Arsenale Group, leader nel turismo di lusso, e di Orient Express. “Questi treni diventano così un simbolo dell'Italia che punta a valorizzare i territori, l'imprenditoria locale e la produzione ferroviaria nazionale contribuendo a un sistema turistico più integrato. Un aspetto molto importante per il rilancio del made in Italy anche e soprattutto in ambito industriale e turistico”. ■

## Passato Futuro: in edicola il nuovo numero di Elle Decor Italia

LINK: <https://www.elledecor.com/it/design/a69805705/in-edicola-il-nuovo-numero-di-elle-decor-italia/>



Passato Futuro: in edicola il nuovo numero di Elle Decor Italia Elisa Mencarelli Riscoprire il fascino della memoria per progettare il domani, senza nostalgia ma con il desiderio di innovare. Ben più di una tendenza: una vera e propria corrente che influenza oggi non solo il mondo dell'abitare, ma tutti i territori della creatività, dalla moda all'arte. In questo numero la raccontiamo da più punti di vista e la analizziamo in profondità. Dal fiorire di progetti di ispirazione Neo déco, in una riscoperta della spinta innovativa che si faceva strada a partire dagli Anni 20 e 30 del Novecento. Spazio anche all'attualità, dal nuovo ristorante-club Chitón a Madrid, alla mostra-installazione Prison Times, curata da Dropcity in occasione della scorsa MDW, fino alla lounge d'autore, firmata Hugo Toro, che accoglie, a Roma Ostiense, i passeggeri de **La Dolce Vita Orient Express**. Uno slancio in avanti, tra razionalità e decorazione,

ricchezza formale ed essenzialità che caratterizza oggi gli interventi di interior design più attuali. Un fil rouge che ritroviamo nelle storie di interni del magazine, da Parigi a San Paolo del Brasile, dalla Renania al lago di Como. A partire dalla casa progettata da Danielle Siggerud a Place des Vosges, un progetto che mette in dialogo atmosfere d'altri tempi con un esprit contemporaneo. Fino alla residenza che l'architetto brasiliano Arthur Casas ha disegnato per sé all'insegna di una funzionalità poetica, a beneficio delle proprie passioni e in relazione continua con la città. Lo sguardo puntato al futuro è anche la cifra del nostro speciale NEXT 2026 dove sveliamo, nel reverso del magazine, le anteprime nei territori dell'architettura, dell'arte, della decorazione, del design e del lifestyle. In un gioco di 'back and forward', chiave di accesso per il domani. Toscana di nascita, milanese per

scelta. Ancora studentessa di arte, inizia a confrontarsi con i mille volti del design che presto diventano il suo mondo. Oggi si dedica con passione alla scrittura lavorando come giornalista nella redazione di Elle Decor Italia (ha collaborato con AD Italia e ha contribuito, tra gli altri, per magazine come Zero, World e Icon Design). Le parole sono il suo superpotere, attraverso le quali racconta persone e progetti, con un occhio sempre rivolto all'universo 2.0 e alle nuove frontiere digitali. Parla sempre al tempo presente perché il suo linguaggio è quello della contemporaneità.

## Hospitality Digital Awards 2026: a Milano i vincitori della seconda edizione

LINK: <https://www.qualitytravel.it/hospitality-digital-awards-2026-a-milano-i-vincitori-della-seconda-edizione/182252>



Hospitality Digital Awards 2026: a Milano i vincitori della seconda edizione  
Redazione Qualitytravel it Si è chiusa il 28 gennaio, negli spazi del nhow di Milano, la seconda edizione degli Hospitality Digital Awards, riconoscimento dedicato alle migliori pratiche di innovazione digitale applicate al settore dell'ospitalità. L'evento, ideato e organizzato da Teamwork Hospitality e Hotelperformance, ha visto la partecipazione di operatori provenienti da tutta Italia e ha premiato otto realtà selezionate tra oltre 250 candidature. A condurre la serata è stata Eugenia Pronzati, host e founder di The Blue Corner Media. I premi hanno restituito una fotografia ampia e articolata dell'ospitalità italiana, mettendo a confronto modelli e posizionamenti diversi. Boutique hotel di lusso, resort di montagna, camping village e dimore storiche. Location distribuite lungo tutta la Penisola, dal

Lago di Garda alla costiera campana, dalle Dolomiti del Trentino fino alla Puglia. Il premio per la Miglior Gestione della Reputazione Online è stato assegnato a Capitolo Riviera di Genova Nervi, riconosciuto per la capacità di costruire un'immagine coerente e autorevole attraverso un monitoraggio costante delle recensioni e uno storytelling visivo orientato al segmento luxury. La Miglior Campagna Social è andata a **La Dolce Vita Orient Express**, che ha saputo creare una narrazione immersiva e sensoriale partendo da una presenza digitale inizialmente inesistente. Per il Miglior Utilizzo dell'Intelligenza Artificiale è stato premiato il Manna Resort di Montagna, in Trentino, grazie all'adozione di assistenti virtuali multilingue e a sistemi avanzati di profilazione degli ospiti. Nella stessa categoria è stata attribuita una Menzione Speciale all'i-SUITE Hotel di Rimini, per

l'integrazione trasversale dell'AI nei processi aziendali avviata già da due anni. Il riconoscimento per la Miglior Strategia Omnichannel è stato conferito allo Smart Hotel Napoli, apprezzato per un modello capace di ridurre la distanza tra canali diretti e OTA attraverso un'architettura digitale fluida. La Masseria Panareo di Otranto si è aggiudicata il premio per la Miglior Direct Booking Strategy, trasformando l'identità territoriale in un elemento centrale della strategia di disintermediazione. Sul fronte delle performance digitali, il Relais Rossàr di Costermano sul Garda ha vinto come Miglior Performance del Sito Web, grazie a un tasso di conversione del 5,6%. Il premio per il Miglior Web Design è stato assegnato a Casa Ortì di Arco, in Trentino, per un progetto caratterizzato da un'estetica curata e dall'utilizzo integrato di video e contenuti audio immersivi.

Il Premio Originalità è andato infine all'Olympic SPA Hotel di San Giovanni di Fassa, per una proposta capace di coniugare architettura iconica e benessere legato al territorio. La serata è stata arricchita dall'intervento di Simone Puorto, "tecnofilosofo" ed esperto di intelligenza artificiale, che ha offerto una lettura dei principali macrotrend destinati a ridisegnare il settore travel nei prossimi anni. Gli organizzatori hanno ribadito la visione alla base degli Hospitality Digital Awards. Secondo Mauro Santinato, presidente di Teamwork Hospitality, l'ospitalità non può essere ridotta a camere e numeri, ma è fatta di persone, valori e relazioni. In questo contesto, social media e strumenti digitali rappresentano oggi lo spazio in cui l'identità delle aziende prende forma e si manifesta l'attenzione verso ospiti e collaboratori. Emanuele Nardin, managing director di Hotelperformance, ha sottolineato come l'obiettivo del premio sia dare visibilità a chi utilizza il digitale in modo autentico e responsabile, dimostrando che la comunicazione può essere uno strumento strategico, umano ed etico, capace di contribuire alla crescita dell'intero comparto. I vincitori degli

Hospitality Digital Awards 2026 | Categoria | Vincitore | Motivazione sintetica | |---|---|---|---| Miglior Gestione della Reputazione Online | Capitolo Riviera - Genova Nervi | Immagine autorevole costruita con monitoraggio continuo e storytelling visivo orientato al lusso | | Miglior Campagna Social | **La Dolce Vita Orient Express** | Narrazione immersiva e sensoriale sviluppata da una presenza digitale inizialmente assente | | Miglior Utilizzo dell'Intelligenza Artificiale | Manna Resort di Montagna (Trento) | Assistenti virtuali multilingue e profilazione avanzata degli ospiti | | Menzione Speciale - AI | i-SUITE Hotel - Rimini | Integrazione trasversale dell'AI nei processi aziendali avviata da due anni | | Miglior Strategia Omnichannel | Smart Hotel Napoli | Architettura digitale fluida che integra canali diretti e OTA | | Miglior Direct Booking Strategy | Masseria Panareo - Otranto | Utilizzo dell'identità territoriale come leva di disintermediazione | | Miglior Performance del Sito Web | Relais Rossàr - Costermano sul Garda | Tasso di conversione del 5,6% | | Miglior Web Design | Casa Orti - Arco (TN) | Estetica curata e utilizzo immersivo di video e contenuti audio | | Premio

Originalità | Olympic SPA Hotel - San Giovanni di Fassa | Format distintivo che unisce architettura iconica e benessere territoriale |

## Hospitality Digital Awards 2026: i vincitori della seconda edizione.

LINK: <https://www.wellmagazine.it/information-technology/hospitality-digital-awards-2026-i-vincitori-della-seconda-edizione/>

Hospitality Digital Awards 2026: i vincitori della seconda edizione. by Elisa Cimatti 29 Gennaio 2026 Information Technology Tempo di lettura: 3 minuti. Annunciati a Milano i vincitori delle otto categorie in gara: riconosciuta l'eccellenza dell'ospitalità italiana tra intelligenza artificiale, strategia e visione umana. Si è conclusa il 28 gennaio, al nhow di Milano, la seconda edizione degli Hospitality Digital Awards, il riconoscimento nazionale nato per celebrare l'innovazione digitale nel settore turistico-alberghiero. La serata, condotta da Eugenia Pronzati - host & founder di The Blue Corner Media - ha visto trionfare realtà d'eccellenza selezionate tra 250 candidature provenienti da ogni angolo d'Italia: dai boutique hotel della Liguria ai resort alpini, dalle masserie pugliesi ai camping village più innovativi. L'evento, ideato e organizzato da Teamwork Hospitality e Hotelperformance, ha messo in luce una varietà straordinaria di strutture ricettive innovative. Mauro Santinato, presidente di Teamwork Hospitality, e

Eugenio Pronzati - host & founder di The Blue Corner Media. I protagonisti e le strategie vincenti. La cerimonia ha svelato i vincitori delle otto categorie in gara, partendo dal premio per la Miglior Gestione della Reputazione Online assegnato a Capitolo Riviera di Genova Nervi, lodato per aver costruito un'immagine autorevole attraverso uno storytelling visivo di lusso. Per la Miglior Campagna Social è stata premiata **La Dolce Vita Orient Express**, capace di creare una narrazione immersiva partendo da una totale assenza digitale. Il Manna Resort di Montagna (TN) si è aggiudicato il riconoscimento per il Miglior Utilizzo dell'Intelligenza Artificiale grazie all'impiego di assistenti virtuali multilingue. In questa stessa categoria, una Menzione Speciale è stata conferita all'i-SUITE Hotel di Rimini per aver integrato l'IA in modo trasversale nei processi aziendali già da due anni. Francesca Romagnoli, Senior Digital Marketing Manager di **La Dolce Vita Orient Express**, ritira il premio per la Miglior Campagna Social da Orazio Spoto. La serata è proseguita con il premio per

la Miglior Strategia Omnichannel, assegnato allo Smart Hotel Napoli per la sua architettura fluida capace di abbattere le barriere tra canali diretti e OTA. La Masseria Panareo di Otranto ha trionfato nella categoria Miglior Direct Booking Strategy per aver trasformato l'identità territoriale in un potente motore di disintermediazione. Per quanto riguarda le performance tecniche e l'estetica, il Relais Rossar di Costermano sul Garda ha vinto come Miglior Performance del Sito Web registrando un tasso di conversione del 5,6%. Casa Orti di Arco (TN) ha ottenuto il premio per il Miglior Web Design grazie a un'estetica raffinata e un uso sapiente di contenuti immersivi. Infine, il Premio Originalità è stato consegnato all'Olympic SPA Hotel di San Giovanni di Fassa (TN) per la sua proposta capace di unire architettura iconica e benessere territoriale. Marta Carluccio, founder & CEO di Relais Rossar, ritira il premio come Miglior Performance del Sito Web da Andrea Delfini di Blastness. Oltre la tecnologia: il futuro del

travel. Ad arricchire l'evento è intervenuto il "tecnofilosofo" ed esperto di AI Simone Puerto, che ha illustrato i macrotrend che stanno riscrivendo il settore del travel. Il suo intervento ha sottolineato come la tecnologia non sia un fine, ma un mezzo per potenziare l'esperienza di viaggio. La visione degli organizzatori conferma questa direzione: "I social e il digital rappresentano il luogo in cui l'identità aziendale prende forma e si racconta la cura verso ospiti e collaboratori" - ha spiegato Mauro Santinato, presidente di Teamwork Hospitality. Emanuele Nardin, managing director di Hotelperformance, ha aggiunto: "L'obiettivo è dare visibilità a chi usa il digitale in modo autentico, dimostrando che la comunicazione può essere uno strumento strategico, umano ed etico". Lo speech di Simone Puerto. La giuria e i partner. Il successo dell'iniziativa è stato supportato da una giuria d'eccezione composta da: Edoardo Colombo (presidente di Turismi.AI), Alessandro Inversini (full professor in marketing all'École hôtelière de Lausanne), Orazio Spoto (presidente e founder di Instagramers Italia), Simone Puerto (tecnofilosofo, consulente e autore), Armando Travaglini

(consulente e formatore di Digital Marketing Turistico), Mirko Lalli (founder & CEO di The Data Appeal Company), Giancarlo Carniani (direttore di Hospitality Innovation Academy), Nicola Delvecchio (consulente di Teamwork) e Andrea Bascucci (marketing manager di Hotelperformance). Le aziende che hanno sostenuto l'iniziativa sono nomi di spicco del settore: Blastness, Heylight, Base Comunicazione, BWH Hotels Italy, Weforguest, Hoteldoors, Blinkup, Hotel Cube, MyForecast, Fairmas, Bemyguest, Brainy, Brandnamic, Globres e Slope.