

MAGAZINE

Luce sui nostri hotel

Uno strumento di
aggiornamento per
chi opera nel settore



FEDERALBERGHI
VENETO

Periodico di informazione
a cura dell'Unione Regionale
Albergatori del Veneto



EDIZIONE DIGITALE

SCARICA PDF





IL PRESIDENTE

Hotel

in primo piano

Il bilancio 2023 del turismo segna un anno record per il Veneto, con un ruolo sempre di primo piano per gli alberghi in tutta la Regione. Ci sono stati, per la precisione, 21.059.179 arrivi e 71.896.863 presenze: numeri superiori anche al 2019 e dunque al pre-Covid. Particolarmente significativo è il dato degli arrivi: 12.367.288 per gli hotel. Lo sottolinea per due motivi: perché è un dato in crescita in tutte e cinque le destinazioni: mare, città d'arte, lago, montagna e terme; e perché sta qui l'indice di attrattività delle nostre strutture: gli hotel si confermano come una soluzione sempre apprezzata dal pubblico, riscontrando ottime preferenze nel rapporto qualità-prezzo. E, dunque, se da un lato è vero che la vacanza media sta diminuendo nel numero di giornate di soggiorno, dall'altro emerge con evidenza che più ospiti arrivano scegliendo il Veneto, e la sua rete alberghiera, per le proprie vacanze. Questo è il punto di partenza per un 2024 che sono certo ci porterà nuove soddisfazioni. Il mercato continua a essere in forte movimento e le nostre strutture ricettive restano un punto di riferimento per la clientela: c'è una parte di ospiti decisamente fidelizzata, che fanno parte di noi; e nel contempo registriamo la capacità d'intercettare i flussi e nuovi visitatori. Il bilancio annuale è un buon viatico per la stagione calda che si profila e su cui abbiamo tante aspettative: prepariamoci come sempre al meglio affinché i nostri alberghi possano dare le migliori risposte alle domande di soggiorno dei nostri ospiti.

Massimiliano Schiavon
Presidente di Federalberghi Veneto

FEDERALBERGHI VENETO GIOVANI

Francesco Zeitler nuovo presidente della sezione Giovani



30 anni, di Lazise (Verona), è stato eletto nel corso di Hospitality, la fiera internazionale dedicata al settore Ho.re.Ca che si è svolta a Riva del Garda

Fra i futuri impegni del neo presidente: crescere come associazione e supportare le imprese nel cambio generazionale, da gestione familiare a manageriale. Zeitler: "Ringrazio tutti i consigli territoriali per la fiducia in me riposta. Da parte mia c'è la massima disponibilità a collaborare per le esigenze della categoria".

È Francesco Zeitler il nuovo presidente della sezione Giovani di Federalberghi Veneto. L'imprenditore trentenne di Lazise, sulla sponda orientale del lago di Garda, è stato eletto per acclamazione nel corso di Hospitality 2024, la fiera internazionale dedicata al settore Ho.re.Ca che si è appena conclusa con numeri record a Riva del Garda. Zeitler, **presidente anche del Comitato Giovani Albergatori di Federalberghi Garda Veneto e referente per la regione Veneto del Comitato Nazionale Giovani Albergatori**, assume ora l'incarico alla guida del Consiglio Direttivo dei Giovani del Veneto.

Diversi gli obiettivi che il neo-presidente intende perseguire: "Innanzitutto **crescere come associazione**, far capire che il Consiglio Direttivo dei Giovani è senz'altro una buona palestra per poi passare con i «senior». Ci interessa inoltre **supportare gli imprenditori nel cambio generazionale: dobbiamo passare da una gestione familiare a una manageriale**". Dobbiamo aiutare i giovani a restare nel settore turistico e dell'accoglienza, convinti che si possa fare una certa carriera e si possano avere tante soddisfazioni personali".

"Da parte mia - sottolinea Zeitler - assicuro la massima collaborazione e disponibilità nei confronti della categoria, per le sue future necessità, e verso **il presidente regionale di Federalberghi Massimiliano Schiavon**. Ringrazio inoltre i due imprenditori che mi affiancheranno come vicepresidenti per i prossimi quattro anni di mandato, **Giovanni Maregotto**, di Abano Terme, e **Letizia Boscariol**, di Bibione".

IL DIRETTORE

Aumentiamo la ricerca **nel settore turismo**

Indagini online: l'importanza di questo strumento per il settore turismo e per il sistema Federalberghi Veneto.

In epoca di pandemie e distanziamento sociale, le indagini online hanno consentito di continuare a fare ricerca, diventando forse uno degli strumenti di analisi più utili alla comprensione anche del nostro settore.

Federalberghi Veneto, in collaborazione con l'Università Ca' Foscari di Venezia (Venice School of Management) e l'Università degli Studi di Milano Bicocca, sta conducendo una analisi per individuare i fattori di spinta e di resistenza alla collaborazione tra



le diverse organizzazioni del sistema dell'ospitalità veneta.

Negli ultimi anni la Regione è infatti sempre più orientata a valorizzare la capacità delle imprese venete di fare rete, per realizzare progetti comuni rilevanti nell'ambito dell'economia turistica, sostenendole anche economicamente.

A questo scopo chiedo alle aziende del nostro sistema di ritagliarsi pochi minuti del loro tempo per compilare il questionario che ci permetterà di ottenere indirizzi utili e strategie da seguire. Più risposte otterremo e maggiore sarà la rappresentatività ed affidabilità del dato.

A breve sarà inviato un questionario a tutte le strutture del Veneto.

Il Direttore
Marco Gottardo

Marco Gottardo



Collaborare per competere:

il sistema di ospitalità del Veneto

Anna Moretti

**Associate professor of Management
VSM – Venice School of Management
Ca' Foscari University of Venice**

La letteratura è ormai concorde nel considerare la **teoria delle reti come la migliore lente analitica per lo studio di sistemi complessi** come le destinazioni turistiche (Baggio, 2020; Baggio, Scott, & Cooper, 2010; Dredge & Pforr, 2008), in quanto in grado di rappresentare il dinamico sistema di interdipendenze che caratterizza questo particolare settore.

Come evidenziato da numerosi studi su destinazioni turistiche di molteplici tipologie, le collaborazioni tra i diversi elementi di un sistema di offerta (imprese ricettive, food&beverage, organizzazioni culturali, etc.) porta importanti risultati su un duplice livello: la performance della singola organizzazione, e la performance della destinazione nel suo complesso.

Dal primo punto di vista, il **capitale sociale**, la **complementarietà di risorse**, e la **riduzione dei costi di transazione** sono gli elementi che permettono alla singola impresa di **migliorare i propri risultati in termini di performance** economico-finanziarie e di innovazione, e più in generale di acquisire maggiore competitività.

Secondo la prospettiva di destinazione, invece, un sistema di offerta



maggiormente integrato, coeso, che mostri una densa rete di relazioni di **collaborazione tra i diversi stakeholders**, è un sistema in grado di consolidare il proprio posizionamento competitivo e di avviare un percorso di sviluppo sostenibile del territorio.

Vista la rilevanza del tema delle collaborazioni da entrambe le prospettive, approfondire le caratteristiche delle reti di collaborazione in cui il sistema di ospitalità Veneto è immerso risulta una questione di estremo interesse, sia per supportare l'**agire strategico delle imprese ricettive**, sia per orientare i processi di policy making.

Intervista

a Massimo Zanon

**Presidente di Fidimpresa & Turismo Veneto,
albergatore in Portogruaro da oltre 40 anni**

Presidente come vede il ruolo di Fidimpresa a sostegno del mondo alberghiero?

Quest'anno Fidimpresa chiuderà il suo **46° anno di attività** al servizio delle imprese del territorio; abbiamo oggi **oltre 18.000 soci per circa 300 milioni di finanziamenti** e quelle del **settore turistico rappresentano circa il 40% del totale dei nostri interventi**.

Il Confidi in questi anni ed in particolar modo da quando è diventato regionale, ha saputo innovarsi e rinnovarsi cercando di accompagnare le imprese socie non solo con le tradizionali garanzie alle banche, ma anche con la concessione di prestiti diretti (con importi fino a 250 mila euro), il rilascio di fidejussioni per esigenze commerciali o per ottenere gli anticipi sui contributi regionali e statali.

Proprio sulla richiesta di contributi sugli investimenti è stata fatta un'attività importante che ha permesso, ad esempio sul solo bando **montagna veneta**, di far ottenere agli alberghi associati **circa 9 milioni di euro di contributi** a fondo perduto che hanno attivato **investimenti per 60 milioni** di euro facendo diventare Fidimpresa punto di riferimento per quanto riguarda la consulenza non solo finanziaria. Inoltre ci tengo ad evidenziare che primi in Veneto abbiamo organizzato come co-advisor due basket bond con gli alberghi della costa veneta dove sono stati emessi e collocati 25 minibond per 10 milioni di euro che sono stati totalmente rinnovati in pieno periodo pandemico permettendo agli alberghi di

Fidimpresa & Turismo Veneto



trovare nuova liquidità a medio termine a tassi fissi e che quindi non hanno risentito degli aumenti avvenuti dallo scorso anno.

Per cui fare **assistenza finanziaria e consulenza creditizia** sono due ruoli che sempre più ci stanno caratterizzando e saranno fondamentali per aiutare le imprese in questo particolare momento di transizione.

Presidente ha usato la parola transizione, come si sta muovendo il Confidi sul fronte dei regolamenti e delle normative ESG?

nel nostro mondo le tematiche che riguardano i fattori ESG e la sostenibilità sono dalla maggior parte dei colleghi ritenuti ancora poco importanti; in realtà l'evoluzione che avverrà nel breve sarà che **l'accesso al credito bancario sarà in parte legato/determinato** da come la **singola impresa alberghiera si sarà adeguata ai parametri ESG**.

Erroneamente molti di noi ritengono ancora che al momento, non facendo parte di una filiera legata a grandi imprese produttrici che stanno adeguando le loro organizzazioni a queste nuovi parametri, investire nel comparto sia costoso e con modesto, se non addirittura nullo ritorno economico. Le banche, invece, stanno predisponendo plafond di credito sempre più destinati esclusivamente alle imprese che applicano i parametri ESG; per le altre ci sarà meno credito e più costoso.

Proprio per anticipare questa situazione il Confidi ha subito aderito ai nuovi regolamenti e sta svolgendo un'attività di formazione alle imprese anche d'intesa con le associazioni territoriali per spiegare come evolve la materia.

Presidente Lei fa l'albergatore da 40 anni come vede il futuro del nostro mondo?

mio padre quando arrivavano i primi turisti tedeschi mi diceva che bisognava pensare ai clienti del futuro e imparare la loro lingua; oggi le esigenze sono diverse per cui è **vitale cercare di anticipare le richieste dei futuri clienti** ed è questo che mi sento di dire ai colleghi in un mondo in costante cambiamento con eventi straordinari non più prevedibili; anticipare i cambiamenti dei flussi, le esigenze delle nuove generazioni, ascoltare le "mode" e gli stili di vita - anche dei nostri collaboratori - che cambiano, sarà fondamentale per continuare con successo nell'impresa a cui dedichiamo il nostro impegno e i nostri capitali.

NOTIZIE DAI TERRITORI

Federalberghi

Caorle

Nazzareno Cosmo è il nuovo presidente del consiglio direttivo di Federalberghi Caorle

È Nazzareno Cosmo il nuovo presidente del Consiglio Direttivo di Federalberghi Caorle, l'associazione sindacale che riunisce e rappresenta oltre 130 imprese alberghiere della località balneare. Nel corso della riunione tenutasi nel tardo pomeriggio di martedì 12 marzo, il Consiglio Direttivo ha preso atto delle dimissioni dalla carica di presidente di Kay Turchetto la quale, per motivi puramente personali, ha lasciato la carica, rimanendo però all'interno del Consiglio come consigliera e proseguendo, dunque, il suo impegno in favore della categoria.

Turchetto era stata eletta presidente per la prima volta nel gennaio del 2022. La sua nomina era stata poi confermata in occasione del rinnovo del Consiglio Direttivo di Federalberghi Caorle che si era tenuto nel dicembre dello stesso anno. In entrambe le occasioni la nomina di Turchetto è stata votata all'unanimità, a conferma della grande compattezza dei consiglieri e dell'intera categoria.

Sempre all'unanimità martedì sera il Consiglio Direttivo, composto da Davide Battistutta, Antonio Borin, Nazzareno Mazzarotto, Sara Molena, Giorgio Rosso, Kay Turchetto, Franco Vergani, Chiara Visentin e Nazzareno Cosmo ha votato quest'ultimo quale nuovo "timoniere" dell'Associazione Sindacale.



“Esprimo il mio più sincero ringraziamento a Kay Turchetto per il grande impegno profuso in questi anni e per le numerose battaglie che l'hanno vista protagonista a difesa degli interessi degli albergatori di Caorle: mi riferisco alle iniziative intraprese su tematiche di interesse per la categoria quali il contrasto al caro bollette, la promozione del valore del lavoro nel settore ricettivo-turistico, la valorizzazione della sostenibilità ambientale quale elemento caratterizzante l'offerta turistica locale, senza dimenticare la costante opera di dialogo e confronto che ha portato avanti con l'Amministrazione Comunale di Caorle” sono state queste le prime parole pronunciate da Nazzareno Cosmo quale neopresidente di Federalberghi Caorle.

Cosmo, proprietario dell'hotel Lux posto nei pressi della spiaggia di Levante di Caorle, ha poi voluto dare alcune indicazioni rispetto alle azioni

che saranno intraprese nei prossimi mesi: “Mi metterò al servizio dei colleghi albergatori di Caorle con l’obiettivo di rispondere al meglio alle sfide che riguardano il nostro comparto. Certamente proseguirò il lavoro di chi mi ha preceduto, non solo Kay Turchetto ma anche Loris Brugnerotto. Si avvicina una stagione turistica che si prospetta particolarmente delicata, vista la concorrenza dei competitor internazionali. Caorle ha però peculiarità uniche in termini di accoglienza, ricettività, tradizioni e cultura che ci rendono un unicum nel panorama delle località balneari di vacanza. Su questi elementi di pregio dovremo puntare per mantenere alto il gradimento dei nostri clienti. Un tema caro alla categoria è la risoluzione del nodo viabilità per Caorle sul quale non mancheremo di confrontarci con l’Amministrazione Comunale. Continueremo, inoltre, la positiva opera di promozione e di definizione delle strategie turistiche che Federalberghi Caorle, insieme alle altre associazioni di categoria ed al Comune di Caorle, sta compiendo in seno a DMO



Caorle”.

“Voglio ringraziare tutti i componenti del Consiglio Direttivo per la grande collaborazione ed il sostegno che mi hanno sempre manifestato in questi anni – commenta, infine, Kay Turchetto – Ringrazio anche i soci di Federalberghi Caorle che mi hanno sempre espresso la loro fiducia. Il mio impegno a difesa degli interessi della categoria non si ferma: continuerò anche da consigliera ad operare per il bene degli albergatori di Caorle, offrendo il massimo supporto al Presidente Nazzaremo Cosmo al quale auguro buon lavoro e di poter raggiungere tutti i traguardi auspicati dalla categoria”.

NOTIZIE DAI TERRITORI

Monica Soranzo confermata alla presidenza di Padova Hotels Federalberghi

La vicepresidente regionale, Monica Soranzo, confermata alla presidenza di Padova Hotels Federalberghi. “Veniamo da un buon 2023, speriamo in un trend positivo anche per il 2024”

Monica Soranzo, vicepresidente di Federalberghi Veneto, si conferma alla guida di Padova Hotels Federalberghi. **Ad eleggerla è stata l'assemblea degli albergatori dell'Ascom Confcommercio** svoltasi nella sede dell'associazione padovana.

Con Soranzo, contitolare dell'Hotel Piroga di Selvazzano Dentro, a rappresentare l'hotellerie di Padova e del territorio provinciale (con l'esclusione dell'area termale che ha una propria specificità), un consiglio formato da **Giorgio Boaretto** (Hotel Galileo); **Alessandro Salmaso** (Hotel Al Cason); **Gabriele Ioseffini** (Hotel Casa del Pellegrino); **Sabrina Malachin** (Hotel Giotto); **Francesco Amato** (Hotel Al Fagiano); **Michele Carretta** (Hotel Beatrice d'Este); **Filippo Sabbadin** (Hotel Al Pino Verde di Camposampiero).

“Il turismo veneto viene da un 2023 complessivamente positivo - ha detto la presidente - e le prospettive del 2024 si mantengono buone. Merito della ripresa generale del turismo in Italia ma, per quanto ci riguarda più da vicino, merito anche del lavoro di **Federalberghi Veneto che ha saputo valorizzare i molti “plus” della nostra regione**, forse l'unica in grado di proporre mare,



montagna, lago, colli, terme, turismo religioso e congressuale, città d'arte e siti Unesco tra cui la recente Urbs Picta che ha aumentato per Padova i numeri degli arrivi e delle presenze”.

Ormai sui livelli del pre-covid, il turismo veneto e padovano guardano ora ai prossimi mesi con rinnovata fiducia. **“Il 2024 - ha concluso Soranzo - sarà un anno decisivo per il nostro turismo.** Non solo a livello di fruizione del nostro territorio da parte dei turisti nazionali e stranieri, ma anche per la definizione legislativa di certe questioni sul tappeto che vanno affrontate. Una per tutte: la regolamentazione degli affitti brevi”.

VOCE AGLI ESPERTI

Villa Quaranta

equilibrio tra classico e contemporaneo

Matteo Bonfante



A cura di Matteo Bonfante, Bonfante Interior Contractor

Nel mondo dell'architettura e dell'interior design, ogni progetto espone il suo dna legato alla storia del luogo e della destinazione d'uso. Ecco perché siamo entusiasti di presentare il nostro più recente lavoro di riqualificazione, un'opera che unisce con maestria l'essenza classica delle pietre e delle travi a vista con l'audacia contemporanea dei dettagli innovativi.

Il concetto che guida questo progetto è una commistione equilibrata tra classico e contemporaneo, unendo il fascino intramontabile delle origini dell'edificio con l'energia e la vitalità del design moderno. L'involucro

dell'edificio ha riportato alla luce muri in pietra e travi a vista, conferendo all'ambiente un'atmosfera senza tempo, ricca di storia e autenticità, dove l'esterno comunica con gli interni. Abbiamo voluto rendere omaggio al territorio e alle sue radici, introducendo richiami al mondo del vino che è da sempre parte integrante della cultura locale. Le cromie, in accordo al rosso del buon vino, si fondono armoniosamente con i toni caldi e accoglienti dell'ambiente. Una lampada custom disegnata con bottiglie della celebre Cantina Tommasi e un pannello divisorio che riprende il profilo delle bottiglie di vino sono solo alcuni dei dettagli che catturano lo sguardo e stimolano la curiosità. Inoltre, non potevamo dimenticare di celebrare il contesto geografico unico di Verona, città intrisa di storia e cultura. Decorazioni custom che richiamano gli archi dell'Arena di Verona caratterizzano le pareti,



aggiungendo un tocco di magia e romanticismo all'ambiente. Quando si tratta di arredamento, abbiamo optato per la creazione di pezzi unici su misura, realizzati con materiali nobili come il legno impiallacciato, che conferiscono un'eleganza senza tempo agli spazi. Pareti rivestite di carta da parati effetto tessile, finiture materiche e richiami classici come scrittoi e testate letto con pannelli a serranda aggiungono ulteriori strati di raffinatezza e comfort.

L'attenzione al progetto si cela nei dettagli. Abbiamo reinterpretato in chiave contemporanea le classiche specchiature in legno, sostituendole con metallo e geometrie più grafiche, declinate anche nella testata del letto. Il risultato è una fusione armoniosa tra passato e presente, tra tradizione e



Matteo Bonfante

innovazione, che lascia senza fiato. In ultimo, non potevamo dimenticare l'uso sapiente di materiali pregiati come i marmi e i velluti, che conferiscono un tocco di lusso e sofisticazione agli ambienti, rendendoli irresistibilmente accoglienti e affascinanti. In definitiva, questo progetto di riqualificazione è molto più di una semplice ristrutturazione. È un omaggio al luogo per mano del design, dove si fonde storia, cultura e innovazione, per lasciare un'impronta nella mente di chiunque vi ponga lo sguardo. Soddisfatti del risultato ottenuto, che ci rispecchia come progettisti attenti dalla A alla Z.

Matteo Bonfante
Founder e ceo di Bonfante
Interiors, azienda veronese
specializzata nell'ideazione e
realizzazione di progetti di interior
design nel settore hospitality
teo@bonfante.it
www.bonfante.it

L'importanza della gestione del team

nel mondo alberghiero

Giacomo Ballerini

Il nostro mondo è un settore in cui il capitale umano è il perno fondamentale del successo di una struttura, in quanto le persone creano relazioni con gli ospiti che visitano le nostre strutture.

L'ospite cerca la professionalità, l'educazione ma soprattutto il calore e la cordialità chiamata accoglienza italiana che il resto del mondo tenta di copiarci. In questo periodo storico, in cui le nuove generazioni non riconoscono nell'hotellerie una professione "ricercata e trendy", è sempre più complicato trattenere i migliori talenti all'interno delle proprie aziende, corteggiati da altre strutture in un mercato sempre più competitivo.

Proprio per questo motivo, mai come in questi anni post Covid, il nostro settore si è reso conto di quanto la perdita del team avvenisse, qualora il coordinatore della struttura utilizzasse un metodo lavorativo autoritario. Sono diverse le realtà che si sono impegnate quindi ad aiutare gli albergatori nel gestire il proprio gruppo, affinché questo non accadesse.

In questo articolo abbiamo chiesto a Giacomo Ballerini, esperto in gestione di team di formazione alberghiera, quali fossero i propri consigli a riguardo.

“Durante i nostri corsi spieghiamo molti stratagemmi per gestire al meglio il proprio team, dai più semplici come criticare le persone in disparte partendo dai perché e poi dai come, per poi continuare nello smettere di dare per scontato abitudini per noi normali, ma per persone del team invece non così logici”.

In questa materia, continua Ballerini “ S'intrecciano la comunicazione, la cultura, l'educazione e la storia di vita di più persone, unita ai modi di pensare ed ai caratteri bio-strutturali di ognuno di noi. Per questo motivo gestire un team in modo proficuo verso il raggiungimento di un obiettivo comune è uno dei compiti più difficili da portare a compimento”.

www.formazionealberghiera.it



Consigli per un'efficace strategia di Digital Marketing Turistico

Ti ho già parlato negli scorsi numeri di strategia e degli strumenti per attuarla. Prima di lasciarti, però, vorrei condividere con te un ulteriore spunto. Nella costruzione di una strategia efficace di Digital Marketing Turistico, ti consiglio di tenere sempre a mente tre domande specifiche:

- **Chi sono i tuoi clienti (Buyer Personas)?**
- **Quali sono i loro bisogni puoi soddisfare?**
- **Cosa potrebbe portarli a credere che tu (o la tua attività) non sia la risposta al loro problema?**

Più le risposte a queste domande saranno chiare, più sarai in grado di delineare la tua strategia. Innanzitutto definisci il tuo target partendo dalla Buyer Persona e poi analizza il suo customer journey; scegli quali strumenti utilizzare per "incontrarlo" nei vari touchpoint del suo percorso. Una volta settato il piano iniziale, monitora il lavoro dei canali scelti e agisci di conseguenza (funzionano tutti o qualcuno ti sembra inutile?)

Com'è il livello di engagement o il rate di apertura delle mail?).

Elabora sempre degli scenari di ostacoli da risolvere e agisci su questi prima ancora che si presentino. Infine, non sottovalutare il lavoro post-acquisto: un customer service veloce ed efficiente sia su sito web che sui social, pronto a rispondere ai dubbi che si possono venire a creare fa sempre un buonissimo effetto sulle recensioni; richiedere un feedback sull'esperienza di acquisto via mail o via SMS pure. **Tutto nella strategia dev'essere a misura del tuo target**, parlare la sua lingua e alle sue emozioni, ma anche essere efficiente, veloce e rispondere a ogni preoccupazione.

Note finali

Il Digital Marketing Turistico è probabilmente una delle più importanti novità introdotte dallo sviluppo del Web.

Il mondo del turismo ha subito infatti cambiamenti a dir poco epocali. Lo sviluppo e la diffusione di Internet e dei Social Network hanno mutato radicalmente le strategie delle aziende e delle strutture turistiche, ormai in grado di raggiungere un numero di persone impensabile fino a qualche anno fa. Per la rubrica Digital Marketing abbiamo intervistato Sabrina Lieto, Mobile Marketing & Digital Strategist, di LastMinute.com. Nel proseguo di questo articolo andremo ad approfondire:

- la trasformazione nel settore originata dal Digital Marketing Turistico
- I canali utilizza, da Lastminute.com per la sua strategia digitale e i parametri di misurazione utilizza,
- l'impatto del mobile e del social media





marketing turistico nel rapporto con il consumatore
- le figure professionali più richieste nel Digital Marketing Turistico e quali competenze deve permettere di acquisire un ottimo corso web marketing turistico.

Non si può parlare di digital marketing turistico senza affrontare il discorso relativo alla presenza e alla reputazione online delle aziende che operano nel settore ma anche delle destinazioni stesse, cioè dei paesi che si impegnano sempre di più nella promozione del proprio na,on brand. Sempre di più, infatti, la pianificazione di un viaggio avviene quasi totalmente (se non esclusivamente) online: dalla ricerca della destinazione a quella dei monumenti da visitare, dalla prenotazione degli hotel e l'acquisto dei biglietti alla condivisione del proprio feedback post viaggio. Le aziende che lavorano in questo settore, allora, non possono non conoscere gli strumenti e le strategie di marketing turistico necessari per aumentare la propria visibilità, coinvolgere e fidelizzare i clienti.

In fondo, si tratta di un viaggio che non finisce mai. Chi opera nell'ambito turistico deve ambire a creare un itinerario per il suo pubblico che inizi quando è ancora davanti al computer o allo smartphone, intento a pensare alle possibili mete, e non termini con il viaggio reale, ma continui sui binari virtuali già predisposti dagli strumenti del digital marketing turistico: gli unici in grado di orientare lo sfaccettato ciclo perpetuo che, oggi, dovrebbe regolare il rapporto tra aziende del turismo e clienti.

NEXIDIA SRL
Agenzia di comunicazione focalizzata in strategie e tecniche di marketing, pubblicità, design, grafica e web, offline e online, di base a Verona

info@nexidia.it
www.nexidia.it

a cura di Nexidia



PARTNER

Polo S.p.A.

il Foodservice evoluto

Polo S.p.A.

Polo S.p.A. si distingue come una delle più importanti realtà nel settore Ho.Re.Ca., con oltre 8.000 referenze e circa 7.000 clienti medi all'anno.



Con una solida esperienza di 45 anni nel settore, l'azienda si è affermata come punto di riferimento nella distribuzione di prodotti alimentari e non food per la ristorazione in varie regioni italiane come Veneto, Friuli Venezia Giulia, Lombardia, Piemonte, Emilia Romagna, Marche, Toscana e Liguria. I nostri clienti possono contare su una serie di servizi che rendono la nostra proposta unica e di alta qualità. **Offriamo un ampio catalogo di prodotti refrigerati, conservati, congelati, surgelati e non food, garantendo una scelta diversificata per soddisfare ogni esigenza.** Un elemento chiave del nostro successo è un magazzino unico al mondo, che opera a -25°C in modo completamente automatizzato. Questo consente di ridurre gli errori al minimo, garantire la completa tracciabilità degli

articoli ed evadere gli ordini in sole 12 ore, offrendo ai clienti un servizio rapido ed efficiente. Disponiamo anche di un laboratorio interno di sezionamento per la lavorazione delle carni assicurando due vantaggi principali: porzionatura su misura e completa tracciabilità. In aggiunta, offriamo una vasta selezione di pesce congelato con prezzo calcolato al netto della glassatura e garantiamo pesce fresco di alta qualità, con differenti lavorazioni in base alle esigenze (intero, porzionato, eviscerato, squamato o filettato).

Infine, per rendere ancora più semplice e intuitivo l'acquisto dei nostri prodotti, **abbiamo creato il Polo Store.** Una **piattaforma progettata appositamente per le esigenze della ristorazione**, che consente di gestire gli ordini in completa autonomia, con la possibilità di acquistare qualsiasi prodotto a catalogo con pochi semplici click.

contattaci:

tel: +39 049 9998411

commerciale@poloristorazione.it

sito web: www.poloristorazione.it



PARTNER

Noventa di Piave

Designer Outlet

McArthurGlen Designer Outlet

Nel cuore del Veneto, a soli 40 minuti da Venezia e 20 minuti dalle spiagge dell'Adriatico, **McArthurGlen Designer Outlet Noventa di Piave è la più importante destinazione di shopping della regione**, offrendo un'ampia selezione dei migliori brand nazionali e internazionali, a prezzi ridotti fino al 70%, tutto l'anno.

Un vero paradiso per gli amanti della moda, con **170 eleganti boutique e oltre 200 marchi tra i nomi più prestigiosi del lusso**, del lifestyle e della casa.

In un ambiente curato e rilassante, con ampi viali ed aree ombreggiate, lo shopping diventa un'esperienza da ricordare. Numerosi servizi sono a disposizione delle migliaia di visitatori nazionali e internazionali che annualmente vi fanno visita: un'esclusiva VIP Lounge per un'accoglienza personalizzata, ampie opzioni di parcheggio gratuito, anche con possibilità di ricarica per auto elettriche, 12 ristoranti e café con proposte eno-gastronomiche per incontrare i diversi gusti degli ospiti, un Ufficio Informazioni e assistenza multilingua per soddisfare ogni esigenza, wi-fi gratuito in tutte le aree ed area giochi coperta e attrezzata per i clienti più piccoli.

L'accessibilità è garantita da una vasta scelta di soluzioni che varia dal servizio di collegamento bus in partnership con ATVO da Venezia, terraferma, Jesolo e tutto il Veneto Orientale, transfer privati, e l'innovativo servizio treno + bus in collaborazione con Trenitalia dalla stazione di Venezia Mestre.

Una visita a Noventa di Piave Designer Outlet offre lo spunto per andare alla scoperta di un territorio unico: i dintorni di Noventa di Piave sono ricchi di opportunità di svago ed esperienze naturali, culturali ed eno-gastronomiche.

mcarthurglen.it/noventadipiave



OCCUPAZIONE

Pasqua 2024

29 Marzo - 31 Marzo 2024 vs 7 Aprile - 9 Aprile 2023



STAGIONE ESTIVA 2024

Maggio - Settembre 2024 alla data di osservazione 26 Marzo 2024 VS 2023



PASQUA 2024

Si registra un calo dei flussi Pasqua 24/ Pasqua 23 su tutti i cluster, dovuto principalmente alla collocazione sul calendario della Pasqua 2024 rispetto a Pasqua 2023 (10 giorni prima) e alle avverse condizioni meteo.

I cluster di Montagna e Terme sono quelli che hanno registrato un calo minore, con tassi di occupazione di poco inferiori a quelli della scorsa Pasqua. Il calo più marcato, invece, lo registriamo sui cluster Città e Lago, con un calo di poco inferiore al 20%.

STAGIONE ESTIVA 2024

Si rileva una crescita, in termini di tasso di occupazione, su tutti e tre i cluster analizzati. Le prenotazioni sono molto in vantaggio rispetto alla stessa data dello scorso anno sia per quanto riguarda il cluster Lago sia per quanto riguarda la Montagna. Il cluster Mare, ad oggi, è in leggero vantaggio sul 2023 che ha registrato numeri, a consuntivo, molto simili alla stagione record 2022.



HBenchmark
Hospitality Data Intelligence

Main Partners

BONFANTE
BUILDS IDEAS

GO WELFARE

UnipolSai
ASSICURAZIONI

Official Partners

alidem
L'ARTE DELLA FOTOGRAFIA

B A A P
bergamaschi

bubble
emotion

1344
CARRARO
MATERASSI
VENEZIA



CEMI Network
BENESSERE INFINITO

cherry
bank

CLIMATERA
Outdoor Design

DOMUS
MANAGEMENT

Electrolux
PROFESSIONAL

BEVERAGE NETWORK
EURODRINK
MORECA CONSULTING

F
FILETTE
PRIME WATER



GROHE

HBenchmark
Hospitality Data Intelligence

HoTy
THINKING AHEAD

Integrus

in
out
THE CONTRACT
COMMUNITY

ORGANIZED BY
**ITALIAN
EXHIBITION
GROUP**
Promoting the future

McArthur
Glen
Designer Outlet
Noventa Di Piave

NESPRESSO
PROFESSIONAL

NEXIDIA
— comunicazione | web | design

POLO
insieme a te in cucina

Life Is On

Schneider
Electric

VALDO
VALDOBBIADENE

Institutional Partners

CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
VENETO

FIDI
IMPRESA & TURISMO
VENETO

Official Automotive Partner

Verona

Progetto curato e realizzato da **NEXIDIA**

FEDERALBERGHI VENETO

Unione Regionale Albergatori del Veneto

via Don Federico Tosatto, 59
30174 / Venezia-Mestre (VE)

telefono: +39 041 974830 r.a.
e-mail: segreteria@federalberghiveneto.it
pec: protocollo@pec.federalberghiveneto.it

federalberghiveneto.it

partnership eventi:
comunicazione@federalberghiveneto.it
amministrazione: amministrazione@federalberghiveneto.it
addetto stampa: Alvisè Sperandio cel. +39 329 425 4679