

MAGAZINE

Opportunità Olimpiche

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



Tra Cortina e un futuro di connessioni *la medaglia a cui deve ambire il turismo*



L'importanza della crescita qualitativa, con i giovani a dare stimoli ed entusiasmo

Mentre ammiravo le “donne-jet” inventare traiettorie spericolate sull'Olympia delle Tofane, per strappare la medaglia olimpica tra curvoni estenuanti e rimbalzi improvvisi, ho percepito, nelle nostre Dolomiti, un fermento che andava ben oltre l'esaltante pathos della competizione sportiva: miriadi di nazionalità in festa, **una squadra di lavoratori entusiasta di ospitare il mondo a casa propria** e una diffusa voglia di vivere autenticamente le nostre destinazioni. Il tutto riunito lì da una macchina organizzativa colossale, in cui l'accoglienza alberghiera sta ricoprendo un ruolo decisivo.

E allora mi sono chiesto: “Può essere questo, per noi albergatori del Veneto, l'equivalente di quell'oro olimpico con cui le atlete sperano di essere incoronate dopo aver tagliato il traguardo ad oltre cento chilometri orari?”

È vero, **i Giochi Invernali a Cortina d'Ampezzo sono un orgoglio per il Veneto**, un riconoscimento meritato per quanto questa regione laboriosa e instancabile sta esprimendo anno dopo anno. Ma, analizzando con lucidità il presente del comparto turistico, devo ammettere che le Olimpiadi non ci collocano oltre nessun



traguardo, non ci piazzano su nessun gradino del podio, né rappresentano in alcun modo il capitolo conclusivo del nostro palmares. Anzi, **ci investono di nuove responsabilità, ponendoci su un ulteriore cancelletto di partenza che, proprio come le atlete olimpiche, dobbiamo oltrepassare con la ferma intenzione di migliorarci sempre.**

Il Veneto, lo sappiamo bene, è già da tempo tra le destinazioni più forti a livello internazionale e, per crescere ancora nel periodo post Milano-Cortina, non è più atteso all'affannoso slalom per l'incremento dei numeri, deve piuttosto competere sulla pedana delle scelte, prendendo le decisioni più opportune in termini di qualità, sostenibilità e persone: gli unici fattori che, nel contesto attuale, possono dare la spinta per saltare un po' più in là.

In tal senso, oltre all'impiego dell'intelligenza artificiale per lo sviluppo di modelli di turismo predittivo, ciò che si pone come prioritario, è il **coinvolgimento attivo e concreto dei giovani, che deve diventare fluido, immediato, proficuo.** Il settore turistico, infatti, non patisce problemi di vocazione, ma di connessione: esiste ancora troppa distanza tra chi ha esperienza e chi ha nuove idee ed è nostro compito, coadiuvati da politica e mondo della formazione, creare un filo diretto che permetta ai talenti emergenti di aggiungere forza, entusiasmo e visioni al nostro tessuto imprenditoriale.

Come Federalberghi Veneto, lavoriamo quotidianamente, affiancati da ITS Academy Turismo Veneto e Comitato regionale dei Giovani Albergatori, a questo scopo: dopo ogni evento, dopo ogni incontro, dopo ogni riunione, mettiamo un tassello in più per l'attrattività del nostro comparto.

Il futuro dell'hotellerie, del resto, lo si costruisce, prima di tutto, dialogando e solo quando queste connessioni costituiranno i binari abituali per la corsa ad alta velocità del turismo veneto, potremo dire di aver vinto la nostra medaglia. Con buona pace della Olimpiadi, che **rappresentano comunque una meravigliosa stazione di partenza.**



Oltre l'evento: Milano-Cortina e il futuro del turismo veneto

a cura di Marco Gottardo

Olimpiadi Invernali 2026: l'attesa è finita! Sono iniziate nei territori, nelle scelte che stiamo compiendo oggi, nella capacità – o meno – di leggere questo appuntamento come un passaggio strutturale e non come un semplice evento da calendario. Milano-Cortina è già una sfida aperta, che interpella il sistema turistico veneto nel suo insieme.

È in questo contesto che si colloca la nostra Assemblea annuale a Cortina svoltasi il 17 dicembre u.s. Una scelta tutt'altro che casuale. **Cortina rappresenta oggi il punto di convergenza di una responsabilità collettiva:** quella di dimostrare che il turismo può essere governato con visione, coerenza e spirito di squadra. Abbiamo voluto essere lì per condividere con la comunità locale e con tutti i nostri associati un messaggio chiaro: le grandi trasformazioni non si affrontano in solitudine.

Il turismo non può essere gestito per compartimenti stagni. È un sistema complesso, fatto di territori diversi ma interdipendenti, di imprese che operano in contesti differenti ma chiamate a muoversi nella stessa direzione. **Le Olimpiadi rappresentano un acceleratore potente, ma la loro efficacia dipenderà dalla capacità di trasformare un grande evento in un progetto di lungo periodo,** capace di generare benefici diffusi e duraturi per l'intero Veneto.

Il vero successo di Milano-Cortina si misurerà nel tempo. Nella qualità dell'accoglienza che sapremo garantire, nella solidità delle relazioni che costruiremo, nella capacità di convertire l'attenzione internazionale in valore stabile per i territori. L'eredità più importante non sarà soltanto infrastrutturale, ma culturale: un modo più consapevole e maturo di interpretare il turismo come leva di sviluppo.

In questo scenario, il ruolo dell'associazione assume un significato ancora più centrale. Federalberghi non è soltanto rappresentanza, ma luogo di sintesi,



di confronto e di visione condivisa. Essere parte del sistema **significa non affrontare il cambiamento da soli, ma contribuire a governarlo insieme,** mettendo a fattor comune competenze, responsabilità e obiettivi. Cortina ci ha ricordato che il futuro del turismo veneto passa dalla capacità di pensarci come sistema. Ed è proprio in questa capacità di fare squadra che risiede, oggi più che mai, il valore dell'appartenenza a Federalberghi Veneto.

Stai gestendo il tuo hotel oppure lo stai solo inseguendo?

Un invito concreto a ripensare strategie di gestione, branding e posizionamento per rispondere alle nuove esigenze del mercato e dei viaggiatori.

- **Prezzi decisi o subiti?**
- **Marketing che racconta o riempie?**
- **Esperienza ospite misurata o sperata?**

Revna affianca hotel e gruppi ricettivi con consulenza alberghiera a 360°: analisi di business e mercato, Revenue Management (Revenue su Misura®), marketing e comunicazione, posizionamento strategico, software e AI, formazione e gestione del team.

Revenue su Misura®

Pricing dinamico e canali per massimizzare i ricavi

Marketing e Comunicazione

Strategia e identità. Percorsi misurabili.

Software e AI

Strumenti che semplificano. Decisioni più rapide

Formazione e Recruiting

Team più forti, performance migliori.

Hotel Mystery Guest

Uno sguardo neutrale sull'esperienza in struttura.

Ripensa la tua struttura con Revna.

revna.it | info@revna.it | +39 0422 1770119



Sfide e opportunità per l'economia bellunese determinate dalle Olimpiadi *il conto termico 3.0*

Oggi incontriamo Gabriele Olivotto, responsabile della filiale di Belluno di Fidimpresa Friulveneto, con sede in Piazza dei Martiri, presso gli uffici di Confcommercio Belluno Dolomiti

La provincia di Belluno è al centro dell'attenzione in vista delle Olimpiadi e Paralimpiadi Invernali Milano Cortina 2026. Un evento unico che genera molte aspettative. Dal punto di vista di Fidimpresa Friulveneto, quali sono le principali opportunità per il tessuto imprenditoriale locale?

Le Olimpiadi sono indubbiamente una vetrina globale e un'occasione di sviluppo. Le opportunità sono legate all'indotto generato dall'evento, e all'aumento della visibilità del territorio. È un'occasione per dimostrare la capacità del nostro territorio di accogliere un evento di tali proporzioni e di cooperare per uno sviluppo unitario di tutta la provincia. Indubbiamente, ha rappresentato, e rappresenterà per il futuro, l'occasione per investimenti pubblici rilevanti, dalla viabilità alle infrastrutture, ma anche privati, per garantire la piena accessibilità e l'accoglienza in tutto il territorio.

Il nostro ruolo è supportare le imprese associate nell'accesso al credito e offriamo, anche attraverso il sistema associativo, la consulenza necessaria per valorizzare appieno le opportunità di questo evento.

Rimanendo sul tema degli investimenti, un altro argomento di grande attualità è il Conto Termico 3.0, che suscita grande interesse tra imprese e professionisti del territorio. In che modo Fidimpresa sta supportando le aziende locali nell'accesso a questi incentivi?

Il Conto Termico 3.0 è una misura a livello nazionale e rappresenta un'opportunità fondamentale per l'am-

modernamento e l'efficientamento energetico delle nostre imprese, in linea con gli obiettivi di sostenibilità. Nel Bellunese, territorio a vocazione turistica che coniuga accoglienza, natura e identità alpina, l'efficienza energetica rappresenta un fattore competitivo sempre più rilevante.

Adeguare impianti, isolamenti e strutture non è solo una scelta ecologica, ma una necessità economica e un'opportunità di rilancio dell'offerta. Come Confidi, grazie alla partnership con "Gabetti Lab", forniamo la consulenza specifica e supportiamo l'impresa nell'accesso al credito.

Più nel dettaglio, quali sono le caratteristiche principali?

Il Conto Termico 3.0 estende i suoi benefici anche



al settore terziario e alle strutture ricettive (cat. D). Gli incentivi consistono in un fondo perduto che può raggiungere il 65% della spesa, e riguardano principalmente coibentazione, nuovi infissi, sostituzione caldaie e, a specifiche condizioni, fotovoltaico e colonnine di ricarica.

Grazie alla collaborazione con la ESCo “Gabetti Lab”, offriamo un modello di efficienza “chiavi in mano”: l’incentivo viene applicato come sconto in fattura e il finanziamento della parte residua è supportato direttamente da Fidimpresa o da istituti di credito convenzionati con noi, permettendo la copertura totale dell’investimento e consentendo pertanto all’impresa di effettuare tutto l’investimento senza attingere alle disponibilità di cassa

Le imprese interessate che cosa devono fare?

Per avere ulteriori informazioni sulla misura, l’impresa può contattare la filiale di Fidimpresa territorialmente competente i cui riferimenti sono scaricabili dal nostro sito www.fidimpresafriulveneto.it.

Ci può essere convergenza tra queste due tematiche? Ovvero, le opere e la legacy delle Olimpiadi possono in qualche modo intersecarsi con gli obiettivi di efficienza energetica promossi dal Conto Termico 3.0?

Assolutamente sì. L’organizzazione delle Olimpiadi ha messo in luce la necessità di avere infrastrutture con determinati standard di sicurezza e con caratteristiche rivolte alla sostenibilità. Gli interventi di riqualificazione energetica incentivati dal Conto Termico possono contribuire a rendere le strutture ricettive e le imprese del territorio più efficienti e meno impattanti, creando un circolo virtuoso tra il grande evento e lo sviluppo locale a lungo termine.





progetto / GLA - genius loci architettura
ph / Flavio Ricci

TECNOSTILE
Form Follows People

Tecnostile è il General Contractor specializzato in ristrutturazioni chiavi in mano di hotel e strutture ricettive. Coordina ogni fase del progetto, garantendo tempi, costi e standard qualitativi elevati. Con un unico referente dall'inizio alla fine dei lavori, la gestione è semplice e priva di incertezze. Tecnostile supporta committenti e progettisti nell'industrializzazione del progetto, assicurando coerenza con la visione iniziale e minimizzando errori e complicazioni.

Tecnostile Contract Srl SB
tecnostile.com/hotel/
via marzabotto, 8 - 37036
san martino buon albergo (VR)
info@tecnostile.com

Confcommercio cambia volto *un nuovo logo per guardare al futuro*

A sedici anni dall'ultimo restyling e in occasione dell'importante traguardo degli ottant'anni di storia, Confcommercio rinnova la propria identità visiva. **Presentato ufficialmente a Padova lo scorso 27 gennaio, il nuovo logo istituzionale** segna l'inizio di un capitolo strategico volto a modernizzare la percezione della Confederazione nel tessuto economico italiano.

Il rebranding non è solo un'operazione estetica, ma una scelta precisa di posizionamento. La nuova identità visiva e la revisione della denominazione nascono per adottare un linguaggio più immediato, essenziale e riconoscibile, capace di dialogare con le nuove generazioni di imprenditori senza mai tradire i valori storici dell'organizzazione.

Il Presidente di Confcommercio, Carlo Sangalli, ha sottolineato come questo cambiamento rispecchi la natura stessa dell'Organizzazione:

“Siamo stati concreti nella quotidianità, ma con lo sguardo presbite di chi sa che il futuro è sempre dietro l'angolo. Il nuovo logo è il segno visibile di una grande Organizzazione che riguarda il domani senza perdere le sue radici e cerca di essere ancora più riconoscibile, leggibile, innovativa”.

Per le imprese, questo rinnovamento rappresenta la conferma di una rappresentanza che evolve insieme al mercato. In **un'epoca di transizione digitale e nuovi modelli di accoglienza**, l'immagine di Confcommercio si allinea agli standard di essenzialità e modernità richiesti dal contesto globale.



Tra percezione e previsione *come risolvere la questione overtourism*



Il presidente Massimiliano Schiavon all'incontro sul tema, andato in scena all'Università della Valle D'Aosta, ha spiegato come l'intelligenza artificiale possa essere la soluzione decisiva.

C'è chi, solo a sentirlo nominare, trema, come se un avamposto bellico stesse per abbandonare le proprie mansioni di controllo, divenendo, di colpo, aggressivo e minaccioso. **L'overtourism, in quest'epoca che dipinge i turisti come amorali predoni delle località che visitano, provoca anche queste reazioni:** eppure si tratta di un fenomeno che può essere governato pacificamente e senza allarmismi. Purché si comprenda chi siano i veri alleati nella gestione dei flussi.

A dimostrarlo il convegno "Du surtourisme à l'antitourisme?", tenutosi tra il 15 e il 16 dicembre all'Università della Valle D'Aosta e a cui ha partecipato, insieme ad altri esperti e operatori internazionali del turismo, anche il presidente di Confturismo e Federalberghi Veneto Massimiliano Schiavon. Del resto, il Veneto, con 563 comuni sparsi tra mare, montagna, lago, città d'arte e zone termali, di cui 363 con presenze significative, è una delle regioni turistiche più variegate d'Europa e, come sottolineato dallo stesso



Schiavon, può fare scuola pure nella gestione del temutissimo overtourism. Ad una condizione: che si abbiano ben chiari gli orizzonti concettuali del fenomeno in questione. Ecco perché, in Val D'Aosta, il presidente originario di Jesolo ha presentato il "Rapporto sull'overtourism in Veneto", commissionato da Federalberghi a Sociometrica, nel quale molte false credenze, inculcate nell'opinione pubblica dalla narrazione terroristica dei media, vengono scardinate attraverso dati e analisi puntuali.

La ricerca parte da un presupposto fondamentale: l'overtourism non è scientificamente fondato, dipende piuttosto dalla percezione dei soggetti che vivono o visitano una località. Non c'è dunque un numero oggettivo che stabilisce cosa sia derubricabile come eccesso di turisti, né una statistica che lo inquadri in maniera insindacabile: si tratta di un fenomeno psicologico e sociale, che nasce da un disequilibrio tra flussi e velocità di risposta delle destinazioni e che può essere risolto solo appianando questo scompenso generato da un viavai turistico troppo intenso per le rigide capacità amministrative e infrastrutturali delle località. È questa la missione a cui politica e operatori del turismo sono chiamati e la via per compierla, come indicato da Schiavon durante il convegno aostano, è una soltanto: il turismo predittivo. Ovvero un modello di gestione dei flussi che non agisca più secondo una logica retrospettiva, ragionando sui dati a fine stagione e proponendo soluzioni quando le destinazioni, travolte dall'incontrollabile uragano dei social, hanno già evidenziato sofferenza, ma che giochi d'anticipo, prevedendo il possibile sconvolgimento e governando il fenomeno ancora prima della sua emersione.

A tale scopo, secondo Schiavon, **la pianificazione pubblica dovrebbe avvalersi di due partner: uno tecnologico, l'intelligenza artificiale, in grado di prevedere i picchi turistici e di riorientarli attraverso le sue immense potenzialità** (suggerendo percorsi meno affollati, orari migliori, varie alternative ecc.). E uno strategico, gli alberghi, che, a differenza degli affitti brevi, raccolgono dati reali e certificati, hanno una relazione stabile con i territori e sono garanzia di qualità, legalità e sostenibilità: potrebbe esserci un alleato migliore per la pianificazione pubblica, che ha bisogno di un quadro realistico delle destinazioni?

Con questa triangolazione tra politica, intelligenza artificiale e albergatori, il turismo può essere guidato verso quegli orizzonti sostenibili che operatori del settore, visitatori e residenti desiderano. Il convegno all'Università della Valle D'Aosta lo ha dimostrato chiaramente. Ora però è necessario tradurre la teoria in azione, per passare da una percezione, quella dell'overtourism, che spaventa, a un sistema predittivo capace di mostrare il turismo per quello che è davvero: un'opportunità da accogliere per tutta Italia.

Condivisione e visione strategica

Alla cena di natale dell'associazione albergatori di Cortina



Cortina d'Ampezzo - Un momento di festa e, al tempo stesso, una preziosa occasione di confronto. Quest'anno la tradizionale **cena di Natale dell'Associazione Albergatori di Cortina**, svoltasi lo scorso 17 dicembre presso il rinnovato Hotel Ancora, ha assunto un significato molto particolare grazie al coinvolgimento di Federalberghi Veneto, che nel pomeriggio della stessa giornata aveva tenuto proprio a Cortina la sua assemblea annuale.

Così Sandra Ruatti, Presidente dell'Associazione degli Albergatori di Cortina: "Il 2026 sarà un anno storico per Cortina e dunque abbiamo voluto condividere il nostro consueto appuntamento conviviale con i rappresentanti dell'intera categoria regionale, per ragionare insieme sul futuro del turismo veneto e ampezzano, in un momento cruciale di estrema visibilità". Nei saluti di apertura il Presidente di Federalberghi Veneto Massimiliano Schiavon, il Consigliere Delegato dell'Associazione

Albergatori di Cortina presso Federalberghi Veneto Antonio Onorato e il Sindaco di Cortina Gianluca Lorenzi hanno infatti infuso fiducia, tracciando prospettive concrete per lo sviluppo del comparto horeca nel territorio.

“È stato detto più volte e oggi lo ribadiamo con forza: i Giochi rappresentano una sfida strategica senza precedenti e vanno pertanto affrontati con la giusta dose di coesione, visione, ma soprattutto con la rinnovata capacità di fare sistema tra professionisti dell’ospitalità che quotidianamente si adoperano per fare dell’accoglienza il primo biglietto da visita di un territorio che funziona” – ha precisato Onorato.



Sullo sfondo delle Dolomiti patrimonio Unesco la serata, particolarmente sentita e apprezzata, si è svolta in un clima di piacevole condivisione e valorizzazione dell’eccellenza enogastronomica locale. Presente anche il Vicesindaco Roberta Alverà, mentre il “padrone di casa” Renzo Rosso, impossibilitato a partecipare, ha testimoniato la sua vicinanza all’iniziativa con un videomessaggio.



Le Olimpiadi a Cortina

parola a Sandra Ruatti

«Nella Conca stiamo vivendo un'emozione unica: MiCo 2026 è un evento che si è rivelato, si sta rivelando e si rivelerà assolutamente strategico per tutto il comparto turistico del territorio. In questi giorni c'è fermento e soprattutto c'è molto movimento, com'era facile aspettarsi; e basta fare una passeggiata in Corso Italia per rendersi conto di quanto questa manifestazione sia sentita. Tra famiglia olimpica e visitatori, gli hotel del centro sono pressoché sold out e Cortina si sta riempiendo anche in vista delle Paralimpiadi di marzo. Un entusiasmo che confidiamo si traduca in opportunità concrete per il settore.

Del resto, la grande fama della destinazione è iniziata proprio all'indomani dei primi storici Giochi del 1956: all'epoca non c'erano i social e la tv era agli albori. Eppure quel richiamo è servito a traghettarci progressivamente nell'Olimpo delle mete montane più amate del mondo. A maggior ragione crediamo che questo possa succedere oggi, in un contesto molto più globalizzato e ricettivo. L'eredità sarà importantissima: dal 2019 molti gruppi internazionali hanno scelto di investire sulla località tanto che numerosi alberghi chiusi da tempo hanno trovato nuovi proprietari, nuovi gestori e sono risorti a nuova vita. Un processo di costruzione di una legacy duratura, destinato a proseguire anche oltre le straordinarie imprese dei campioni tricolore, nell'Olimpiade più medagliata di sempre per l'Italia» - Così Sandra Ruatti, Presidente dell'Associazione degli Albergatori di Cortina racconta l'Olimpiade degli albergatori ampezzani.

“
**Nella Conca
stiamo vivendo
un'emozione unica**
”



Nella foto la Presidente Sandra Ruatti



REPOWER CHARGING NET

Con **Repower Charging Net**
basta un posto auto per offrire a tutti
il **servizio di ricarica** che ti fa **guadagnare**.

DAI
CARICA
al tuo
BUSINESS



Scopri tutti i vantaggi
di **Repower Charging Net**
chargingnet.repower.com

REPOWER
L'energia che ti sa

Il futuro dell'hotellerie

costruire insieme una visione condivisa

Dialogo e collaborazione tra territori e livelli associativi, tra esperienza e nuove generazioni, tra impresa e formazione: è da questa convinzione comune che nasce il confronto promosso dai Giovani Albergatori di Federalberghi. Nel contesto della Fiera dell'Alto Adriatico di Caorle si è svolto il convegno "Il futuro dell'hotellerie: confronto tra manager, giovani albergatori e studenti del turismo", promosso dal Comitato Regionale Giovani Albergatori Federalberghi Veneto in collaborazione con il Comitato Giovani Albergatori di Caorle. L'iniziativa ha rappresentato un esempio concreto di dialogo tra livello territoriale, regionale e nazionale dell'Associazione, uniti dall'obiettivo di accompagnare l'evoluzione del settore in modo responsabile e condiviso.

Dopo i saluti istituzionali di Raffaele Furlanis, Presidente della Fiera dell'Alto Adriatico, Chiara Visentin, Presidente Federalberghi Caorle, e Massimiliano Schiavon, Presidente Federalberghi Veneto, il confronto, moderato da Andrea Serra, ha coinvolto relatori e pubblico in una riflessione aperta sui temi centrali dell'hotellerie contemporanea.

Sul palco Paolo Lorenzoni, manager alberghiero e past General Manager dell'Hotel Gritti di Venezia, Fabio Raimondo, Presidente Nazionale del Comitato Giovani Albergatori di Federalberghi e albergatore ligure di prima generazione, e Letizia Boscariol, Presidente del Comitato Regionale Giovani Albergatori Federalberghi Veneto e albergatrice bibionese di terza generazione. Le diverse esperienze hanno offerto uno sguardo complementare sul settore, evidenziando come oggi, accanto alle competenze tecniche, siano sempre più determinanti le soft skills: capacità relazionali, ascolto, leadership, visione e consapevolezza del proprio ruolo.

Grande attenzione è stata riservata agli studenti, protagonisti attivi del convegno grazie a un sondaggio live che ha dato voce alle loro aspettative e alle difficoltà percepite nell'ingresso nel mondo del lavoro turistico. È emersa con chiarezza l'esigenza di percorsi professionali non solo rapidi, ma coerenti



e sostenibili nel tempo. Ai giovani è stato rivolto un messaggio chiaro: prima di scegliere un ruolo o una carriera, è fondamentale interrogarsi su chi si è e su chi si desidera diventare.

Lo stesso approccio vale per i giovani imprenditori, chiamati ad affiancare con responsabilità le generazioni precedenti senza sostituirle, accompagnando l'evoluzione dell'impresa con rispetto per la storia, i valori e le tradizioni che ne hanno determinato il successo. Guardare al futuro significa innovare, ma anche saper riconoscere ciò che va preservato.

Il contributo del mondo della formazione, con le voci di Enrica Scopel per la Fondazione ITS Turismo Veneto e Valentina Bellacima per la Scuola Lepido Rocco di Jesolo, ha rafforzato il legame tra scuola e impresa come elemento strategico per la crescita del settore. A chiudere l'incontro, le domande degli studenti ITS, Lepido Rocco e Cornaro di Jesolo. È emerso un messaggio condiviso: l'accoglienza nasce dal cuore e dalla passione, e una carriera nell'hotellerie richiede tempo, consapevolezza e pazienza. Ogni esperienza contribuisce a costruire un percorso solido e autentico, capace di dare identità e valore al futuro di chi sceglie questo mestiere.

Infine, l'incontro ha ribadito il valore della collaborazione tra i livelli territoriale, regionale e nazionale dell'Associazione come leva fondamentale per la crescita e la formazione dei giovani albergatori.

Letizia Boscariol – Presidente CRGA

Fabio Raimondo – Presidente CNGA

Nuove generazioni *protagoniste dell'hotellerie di domani*

**Persone, competenze, talenti.
Da qui parte il futuro dell'ospitalità.**

Il 29 gennaio 2026, alla Fiera dell'Alto Adriatico di Caorle, studenti, giovani albergatori e manager si sono incontrati in un convegno dinamico e partecipativo per riflettere su come rendere il settore sempre più attrattivo, competitivo e capace di valorizzare chi sceglie di farne parte. Workshop, sondaggi, confronto aperto con le imprese: la giornata ha mostrato in modo concreto che il vero investimento strategico per il turismo è il capitale umano. Protagonisti sul palco gli studenti del Master Hospitality Marketing & Communication di Jesolo e di Fondazione Lepido Rocco, che hanno condiviso esperienze, obiettivi e aspettative professionali. Le loro voci hanno raccontato una generazione pronta a mettersi in gioco, consapevole che crescita, opportunità e qualità del lavoro nascono dall'incontro continuo tra formazione e impresa.

Tra gli interventi, Massimiliano Schiavon, Presidente Federalberghi Veneto e ITS Academy Turismo Veneto, ha richiamato l'attenzione sul valore del territorio e sulla forza dell'offerta turistica regionale: "Il Veneto è oggi una destinazione internazionale matura, riconosciuta per la straordinaria diversificazione della sua offerta: mare, montagna, città d'arte, lago di Garda, turismo del benessere e una cultura enogastronomica che rappresenta un vero asset identitario, anche alla luce del percorso di riconoscimento UNESCO della cucina italiana. Questa varietà consente di attrarre flussi internazionali, intercettare domande diverse e lavorare in modo strutturale sull'estensione della stagionalità, rafforzando la solidità delle imprese turistiche."

In questo scenario, la sfida diventa chiara: attrarre e trattenere talenti. Il confronto con Paolo Lorenzoni, Fabio Raimondo e Letizia Boscariol ha ribadito la necessità di costruire ponti reali tra imprese e nuove generazioni, creando ambienti di lavoro capaci di riconoscere competenze, motivazione e potenziale di

crescita. "L'hotellerie è un mestiere vero, una carriera possibile. Non dobbiamo solo attrarre turisti, ma anche attrarre talenti," ha ricordato Schiavon, rivolgendosi direttamente agli studenti. I sondaggi condivisi con la platea hanno rafforzato il messaggio: formazione mirata, attenzione alle persone e sviluppo professionale sono oggi le leve decisive per il futuro del settore.

È questa la visione che guida ITS Academy Turismo Veneto nella progettazione dei suoi percorsi: mettere in relazione continua studenti e imprese, trasformare l'apprendimento in esperienza concreta, accompagnare la crescita dei professionisti di domani. Perché il futuro dell'hotellerie si costruisce soprattutto investendo nelle persone.

Le preiscrizioni sono aperte. Maggiori informazioni su www.itsturismo.it.



Il “Salone” si è fatto grande

Molto partecipata la kermes tenutasi a Caorle e dedicata al mondo Ho.Re.Ca

Incontri, confronti, dibattiti, approfondimenti, seminari, formazione. E la netta sensazione che il punto di contatto tra domanda e offerta, ovvero tra espositori e imprenditoria del mondo Ho.Re.Ca., abbia prodotto grandi soddisfazioni da entrambe le parti. Il bilancio, estremamente positivo, dell'edizione numero 55 del Salone Nazionale dell'Alto Adriatico, che si è tenuto a Caorle dal 26 al 29 gennaio, non può prescindere da tutte le componenti che hanno dato forma e sostanza a questa edizione. Più una: la decisione di avviare la kermesse fieristica al lunedì. “Una scelta che si è rivelata vincente: maggiore affluenza, maggiori contatti, maggiore la possibilità di interazione tra domanda e offerta”, il commento del presidente di Venezia Expomar Caorle, Raffaele Furlanis, che, con Associazione Jesolana Albergatori, comuni di Jesolo e Caorle, ha organizzato la Fiera (con il patrocinio di Regione, Camera di Commervio Venezia Rovigo e comune di San Michele al Tagliamento).

Quella di quest'anno è stata soprattutto la Fiera dei giovani, iniziata con la madrina, Valentina Salvaglio, scelta tra le studentesse dell'istituto alberghiero “Cornaro” di Jesolo, come segno di vicinanza al mondo della scuola e all'importanza che riveste per la formazione dei futuri lavoratori e imprenditori, proseguita con i corsi di formazione e il concorso dedicato agli istituti e concluso con l'importante convegno organizzato dai Giovani Albergatori (con Federalberghi Veneto). “Per noi era fondamentale dare dei segnali forti con i fatti e non soltanto a parole – sottolinea il presidente di Aja, Pierfrancesco Contarini – e quanto fatto ne è una dimostrazione.

Dobbiamo continuare su questa strada, sia in Fiera che nelle iniziative associative da svolgere durante l'anno. Quando pensiamo ai giovani, lavoratori o imprenditori, non dobbiamo proiettare le nostre intenzioni al “futuro”, come fosse un lasso di tempo lontano, ma al “presente”, perché loro sono già il nostro... futuro”. Anche il presidente del Veneto, Alber-



to Stefani, ha evidenziato la particolare attenzione nei confronti dei giovani, all'interno della Fiera. “Particolarmente significativo - ha detto - è il coinvolgimento dei giovani, protagonisti di un percorso di crescita, formazione e partecipazione attiva. Investire sulle nuove generazioni significa costruire oggi il turismo e lo sviluppo di domani, con competenze, entusiasmo e senso di appartenenza al territorio”. Tra le iniziative, oltre ai momenti di formazione e al premio Amira per gli istituti alberghieri, da evidenziare il convegno organizzato da Federalberghi Veneto e Giovani Albergatori, molto partecipato e dai contenuti di spessore.

Ed ora si guarda già alla prossima edizione. “Stiamo già raccogliendo suggerimenti e indicazioni dagli espositori – le parole di Furlanis – che ci serviranno per gettare le basi per la prossima edizione, cui inizieremo fin da subito a lavorare, per migliorarci ulteriormente. Alzare l'asticella non sarà semplice, visto che questa può essere considerata come la migliore edizione di sempre”.

DAL 1845 L'ACQUA MINERALE DELLE PICCOLE DOLOMITI.



— F O N T E —
MARGHERITA[®]
— DAL 1845 —

NASCE NEL VENETO, TRA PAESAGGI ALPINI DI RARA BELLEZZA. È UN'ACQUA LEGGERA E AMICA DELL'AMBIENTE. GUSTOSI APERITIVI ANALCOLICI E BEVANDE DI QUALITÀ NELLA BOTTIGLIA IN VETRO DALL'ORIGINALE DESIGN.



FONTEMARGHERITA.COM



Fideiussione bancaria: *come liberarsi dalla garanzia e ridurre il rischio personale*

La fideiussione bancaria è frequente anche nell'hospitality: per linee di cassa, ristrutturazioni o investimenti, la banca richiede spesso una garanzia personale di socio o amministratore. Il rischio è che l'impegno duri anni e che, se l'impresa entra in crisi, l'istituto agisca direttamente sul garante. Clausole come "a prima richiesta", rinuncia alla preventiva escussione o reviviscenza possono aggravare la posizione del fideiussore. Per uscire da una fideiussione non esiste una regola unica, ma alcune vie sono ricorrenti.

1) Verificare se la garanzia è a tempo determinato (cessa alla scadenza) o indeterminato (può prevedere revoca/recesso). La revoca, di regola, vale per il futuro e non per le obbligazioni già sorte.

2) Quando il debito principale si estingue, si estingue anche la fideiussione: utile ottenere una liberatoria scritta.

3) Trattare lo svincolo consensuale (con valutazione preventiva delle difese tecniche): qui l'assistenza legale è spesso decisiva, perché non si tratta solo di "chiedere la liberatoria", ma di impostare correttamente l'interlocuzione con la banca avendo già chiaro quali leve giuridiche si potrebbero far valere in caso di diniego o di futura escussione. Il legale analizza contratto, clausole e reale esposizione, distingue le obbligazioni già sorte da quelle potenziali e costruisce una richiesta tecnica e documentata (riduzione del massimale, sostituzione della garanzia, revisione di clausole gravose). In parallelo, effettua una valutazione delle difese tecniche: rispetto dei termini e degli adempimenti richiesti alla banca (es. art. 1957 c.c.), corretta quantificazione del dovuto, presenza di clausole standard potenzialmente contestabili e verifiche su eventuali profili di nullità parziale. Questo lavoro "a monte" rafforza la trattativa, evita invii informali o dichiarazioni che possano essere lette come riconoscimento del debito, e consente di passare rapidamente alla tutela giudiziale se necessario. Agire prima di richieste formali sicuramente aiuta.



Avv. Daniela Ajese
Studio Ajese & Partners
www.studioajese.it

Nel mondo degli Hotel maggiore

EFFICIENCY

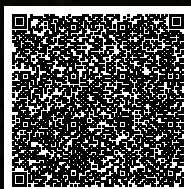
con l'innovazione della Transizione 5.0

**Cogli tutte le opportunità della Transizione 5.0
al fianco di un partner di fiducia
per la sostenibilità e l'efficienza**

- Riduzione dei costi operativi
- Miglioramento dell'efficienza operativa
- Miglioramento della sostenibilità



EcoStruxure
Building Operation



**Scopri il
nostro approccio**

Milano Cortina 2026

il pricing “olimpico” che protegge il brand dopo i Giochi

Con le Olimpiadi appena entrate nel vivo, la domanda alberghiera è al suo massimo, così come la pressione sulle tariffe.

Ma, come ha ricordato Giovanni Derosas, CEO di Revna – Hospitality Solutions, nel suo intervento all'incontro di Federalberghi Veneto tenutosi a Cortina a dicembre, il vero obiettivo non è “fare il colpo” in due settimane: è massimizzare i ricavi senza compromettere posizionamento e reputazione per gli anni successivi.

Derosas ha messo in guardia su due rischi concreti. Il primo è l'over pricing: tariffe troppo aggressive possono frenare la domanda e generare, a ridosso delle date clou, camere invendute e correzioni last minute con sconti forzati. È uno scenario già visto in altri grandi eventi, dove l'aspettativa di domanda “infinita” non si è tradotta automaticamente né in occupazione né in ricavi mirabolanti.

Il secondo rischio è meno immediato, ma spesso più costoso: l'aspettativa dell'ospite.

Se il prezzo sale, sale anche la soglia di tolleranza: tempi di risposta, pulizia, manutenzione, colazione, gestione dei disservizi. Quando il prodotto non è coerente con quanto pagato, il conto arriva dopo: recensioni, passaparola e perdita di fiducia.

La linea proposta dal Ceo di Revna è pragmatica: pricing dinamico e segmentato, più valore (servizi inclusi, flessibilità, upgrade mirati) e meno “rincaro nudo”, protezione della clientela fidelizzata, e soprattutto standard operativi rinforzati.

Perché l'onda olimpica passa. La reputazione resta, e con lei la capacità delle strutture e della destinazione di sostenere occupancy e tariffe sane anche nel “dopo”.

Revna - Hospitality Solutions

Tel. 0422 1770119

info@revna.it

www.revna.it





L'EVOLUZIONE
DELL'HOUSEKEEPING



**IL TUO TEAM DI HOUSEKEEPING
È PRONTO PER LA NUOVA STAGIONE?**

**Offriamo percorsi formativi per migliorare la motivazione
della tua squadra e la qualità del servizio di pulizie:**

- ◆ **PACCHETTO BASE (6 ore)** - Formazione operativa per il personale ai piani.
- ◆ **PACCHETTO PLUS (12 ore)** - Pacchetto Base + Sopralluogo tecnico e definizione degli standard di pulizia.
- ◆ **PACCHETTO EXECUTIVE (12 ore)** - Formazione per Responsabili Housekeeping: pianificazione, gestione, leadership e controllo qualità.

Ti possiamo inoltre supportare con i servizi di:

- 💡 Consulenza per l'organizzazione del reparto housekeeping.
- 📅 Controllo qualità periodico per mantenere alti gli standard.
- 📱 Soluzioni digitali per ottimizzare la comunicazione e la gestione delle attività operative e di manutenzione.

**📞 Contattaci oggi stesso
per un'offerta su misura!**

✉ info@talea-housekeeping.it
☎ 345 4644972
🌐 www.talea-housekeeping.it

Progettare, coordinare, realizzare

l'approccio integrato di Tecnostile per l'ospitalità

Nel settore dell'ospitalità, la qualità di un progetto non si misura solo dall'estetica, ma dalla capacità di funzionare nel tempo, garantendo efficienza operativa e semplicità gestionale. Da quarant'anni Tecnostile affianca hotel e strutture ricettive come General Contractor strutturato, offrendo un servizio completo chiavi in mano: dalla progettazione esecutiva alla realizzazione, fino alla consegna finale.

Fondata nel 1986, Tecnostile celebra nel 2026 i suoi 40 anni di attività, forte di un'organizzazione solida e multidisciplinare. L'azienda opera come unico interlocutore per il cliente, coordinando architetti, ingegneri, fornitori e maestranze, assumendosi la responsabilità complessiva del progetto. Questo modello consente di semplificare i processi, garantire il controllo di tempi e costi e assicurare elevati standard qualitativi, aspetti cruciali per strutture che devono restare operative e competitive.

Accanto alla progettazione interna, Tecnostile collabora attivamente con studi di architettura e ingegneria, supportando l'ingegnerizzazione e la realizzazione di progetti sviluppati da terzi, nel pieno rispetto della visione progettuale originaria.

Dal 2021 Tecnostile è Società Benefit: un impegno concreto che integra sostenibilità, attenzione alle persone e valore per il territorio. Form Follow People è il principio che guida ogni intervento, con l'obiettivo di creare ambienti accoglienti, efficienti e pensati per chi li vive e li gestisce ogni giorno.



Accogli i talenti del turismo del futuro

diventa azienda ospitante dell'ITS Academy Turismo Veneto

A partire da marzo 2026, le aziende hanno l'opportunità di accogliere giovani talenti ITS e entrare a far parte di un network già composto da oltre 600 realtà partner.

Gli stage formativi offrono alle imprese:

- la possibilità di valutare futuri collaboratori con competenze aggiornate
- idee innovative e soluzioni pratiche applicabili subito in azienda
- contributo diretto alla formazione di professionisti del turismo e dell'ospitalità

Per partecipare, compila la manifestazione di interesse entro il 28 febbraio 2026.

[Link a fondo pagina.](#)

ITS Academy Turismo Veneto: formazione, innovazione e connessione con le aziende

L'ITS Academy Turismo Veneto non è solo un percorso formativo: è un laboratorio di talenti e innovazione per il settore turistico, dell'ospitalità e degli eventi. Con 1800 ore di formazione, di cui il 40% dedicate a stage in azienda, la formula didattica innovativa dell'Academy offre alle imprese un'occasione concreta di scoprire e valutare futuri collaboratori.

Sostegno e incentivi

Tutti i percorsi sono cofinanziati dal Ministero dell'Istruzione e del Merito nell'ambito del programma NextGenerationEU (PNRR), con il supporto della Regione Veneto. Sono previste borse di studio per merito e reddito, rendendo la formazione accessibile e competitiva. Per inviare la propria disponibilità, vi invitiamo compilare il modulo relativo al corso di interesse entro il 28/02/2026:

Form Hospitality-Digital e Spa&Wellness (Jesolo, Bardolino, Abano Terme) - Form Food&Wine Marketing&Communication (Villorba, Verona) - Form Dolomiti Tourism Marketing&Communication (Belluno) - Form Art&Culture (Venezia) - Form Events&Digital Management (Verona)



IT'S ACADEMY

TURISMO VENETO



Master di Alta Formazione in Turismo, Cultura ed Eventi

La formazione post diploma in Italia
per i professionisti del turismo



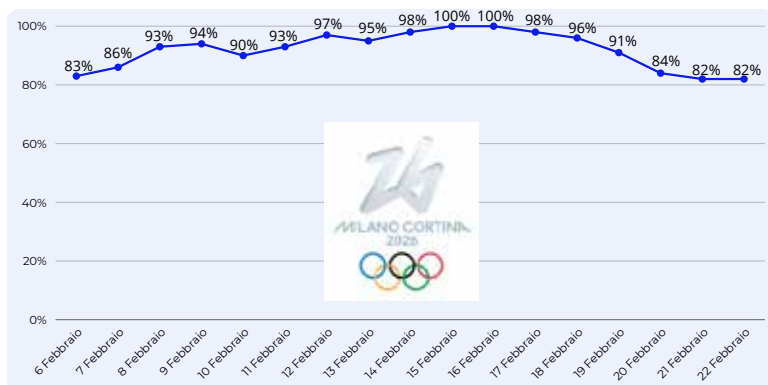
www.itsturismo.it



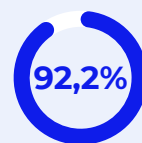
**PREISCRIVITI
SUBITO!**



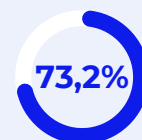
Il progetto è finanziato dall'Unione Europea – PR Veneto FSE+ 2021-2027



Occupazione



Occupazione Acquisita



ONGOING OLIMPIADI (Cluster Montagna, 6-22 Febbraio 2026 al 16 Febbraio 2026)

Il periodo Olimpico conferma un impatto molto forte su tutto il territorio montano veneto, non solo su Cortina, sede di gara. Il tasso di occupazione, a sei giorni dalla conclusione dell'evento infatti, raggiunge il 92,2% medio su tutto il periodo, con picchi di oltre il 95% tra il 12 e il 18 febbraio.

Se a Cortina, come ampiamente prevedibile, si registra il sold out, anche su tutto il territorio montano del bellunese si registrano tassi di occupazione superiori al 90% di occupazione.

ACQUISITO PARALIMPIADI (Cluster Montagna, 6-15 Marzo 2026 al 16 Febbraio 2026)

Anche per il periodo Paralimpico registriamo un tasso di occupazione molto elevato su tutto il territorio montano veneto, già a venti giorni dall'inizio delle gare. Il dato acquisito, su tutto il periodo, è attualmente del 73,2% di occupazione con picchi del 78% in concomitanza con l'8 e il 14 marzo, distribuito in maniera equa tra Cortina e il resto delle montagne.

NEXIDIA
— comunicazione | web | design

CLIMATERA
Outdoor Design

**FORTE
MARGHERITA**
DAL 1845

HBenchmark
Hospitality Data Intelligence

UniCredit

**in
out**
THE CONTRACT
COMMUNITY.

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

**LONGARONE
FIERE
DOLOMITI**

seristampa

Life Is On | **Schneider
Electric**

Studio Ajese & Partners
STUDIO LEGALE & COMMERCIALE

TECNOSTILE
General Contractor

REPOWER
L'energia che ti serve.

Revna
Hospitality Solutions

**Fiera
dell'Alto
Adriatico**
Fiera di Montebelluna, Treviso

Institutional Partners


CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
VENETO

 **FIDIMPRESA
FRIULVENETO**

**IT'S
ACADEMY**
TURISMO VENETO

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 e eventi:
comunicazione@federalberghiveneto.it