FEDERALBERGHI VENETO **N.10** SETTEMBRE 2023

MAGAZINE

Verso il futuro

Uno strumento di aggiornamento per chi opera nel settore

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

L'OSPITALITA' ITALIANA

FEDERALBERGHI VENETO

EDIZIONE DIGITALE SCARICA PDF

MASSIMILIANO SCHIAVON

Nuove sfide *ci aspettano*

Settembre è il mese delle ripartenze ... ripartiamo anche noi di Federalberghi Veneto con una scaletta fitta di impegni sindacali e di comunicazione.

Ciò naturalmente è reso possibile dall'esistenza di una squadra che riesca a fare collaborazione, sinergia e relazioni con le amministrazioni pubbliche.

Formazione, relazioni e soprattutto idee: tutto ciò non può esistere se non viene portato avanti da persone ... i colleghi di tutto il Veneto!

Non ultimo: **largo ai giovani**. Al di là del numero di addetti impiegati, del valore prodotto nelle destinazioni o dalle presenze registrate, ripartenza **significa anche e soprattutto ricambio generazionale**, che è sempre stato un grosso problema nel nostro settore.

Il futuro è sicuramente diverso, a volte più complesso, quindi ancora una volta il ruolo dell'Associazione si rende determinante.

Chiudo con un augurio speciale alla Federalberghi Terme Abano e Montegrotto che questo mese ha festeggiato i suoi 80 anni di attività e che ha saputo rilanciarsi partendo anche dal Gruppo Giovani!

NOTIZIE DAI TERRITORI

Federalberghi Terme Abano Montegrotto *in festa per gli 80 anni*

Una serata di festa, un'occasione per "celebrare" insieme gli 80 anni dalla fondazione di una delle associazioni di albergatori più antiche d'Italia, ripercorrendo alcune tappe della sua lunga storia e gettando lo sguardo oltre l'orizzonte. Mercoledì 6 settembre nella cornice del ristorante

Dal Contadino, a Vo' Euganeo, è andata in scena la festa di Federalberghi Terme Abano Montegrotto. Un momento partecipato che **ha visto insieme albergatori, sindaci del territorio e altri rappresentanti delle istituzioni.**

L'unità di intenti e la capacità di visione che nel 1943, in piena guerra, ha caratterizzato i padri fondatori dell'associazione albergatori di Abano deve essere ispirazione anche per affrontare insieme le sfide del futuro, lasciando cadere ogni divisione interna e tentazione "campanilistica": questo l'invito che, con diversi accenti, ha caratterizzato tutti gli interventi della serata a partire da quello del presidente Walter Poli. Massimiliano Schiavon, presidente Federalberghi Veneto **ha inoltre indicato come un modello la dinamicità dimostrata dagli albergatori del territorio, salutando con favore la recente nascita del gruppo giovani.**

Overtourism: *un fenomeno da analizzare con obiettività*

Antonio Preiti, Sociometrica

Quando si può parlare di overtourism? È una domanda che molti si pongono, soprattutto in un'epoca in cui le destinazioni turistiche sono sempre più affollate. Ma esiste un indicatore preciso che ci dice quando abbiamo raggiunto un "eccesso" di turisti in una destinazione?

L'overtourism è diventato un argomento di grande interesse per l'opinione pubblica. Tuttavia, il dibattito attuale sembra essere dominato più da opinioni e percezioni soggettive che da dati concreti. **Si potrebbe quasi pensare che l'overtourism sia uno stato d'animo piuttosto che un fenomeno misurabile** attraverso indicatori oggettivi.

Nel prossimo convegno al TTG, sarà presentato un report che cerca di analizzare l'overtourism in modo più sistematico. Questo studio si concentra sui comuni del Veneto, ma la sua metodologia può avere implicazioni più ampie. **L'obiettivo è fornire una base solida per comprendere e, sperabilmente, affrontare l'overtourism.**

Ma quali sono le cause principali dell'overtourism? E come possiamo gestire al meglio questo fenomeno? Sono domande che richiedono risposte concrete e azioni mirate.

È essenziale per il settore turistico, in particolare per le Piccole e Medie Imprese, investire in ricerca e sviluppo. **Solo attraverso un approccio più sistematico e analitico possiamo sperare di affrontare le sfide dell'overtourism** e garantire un futuro sostenibile per le nostre destinazionituristicheche.

Fidimpresa

IL DIRETTORE DI FEDERALBERGHI VENETO MARCO GOTTARDO INCONTRA IL NUOVO RESPONSABILE DI FIDIMPRESA DOTT FABIO BORSATO PER I BANDI:

Cosa ha fatto e cosa può fare Fidimpresa, in particolare, per le strutture ricettive?

Fidimpresa negli ultimi anni ha giocato un ruolo importante nell'accompagnare le imprese nella presentazione di domande di sostegno a valere su bandi POR-FESR 2014-2020 ma anche sulla nuova programmazione 2021-2027. Penso, in particolare, al Bando Montagna Veneta ma anche alla Azione 1.3.8. chiusa a luglio che prevedeva contributi per la rigenerazione delle imprese del comparto turistico ricettivo in ottica di maggiore accessibilità, sviluppo tecnologico, transizione ecologica. In quella occasione abbiamo affiancato diverse imprese nella predisposizione della documentazione necessaria. L'obiettivo di Fidimpresa è quello di diventare punto di riferimento nella gestione di queste importanti opportunità che garantiscono, senza dubbio, una maggiore competitività delle imprese turistiche del nostro territorio. Le opportunità sono molte e vanno, come detto, dai Fondi Regionali e Ministeriali, al PNRR, ai GAL, alle Camere di Commercio.

In cosa consiste, quindi, il servizio che offre Fidimpresa e in cosa si distingue dai competitor sul mercato?

Fidimpresa è in grado di occuparsi di tutto il processo, a partire dall'analisi e la predisposizione della documentazione per la domanda di sostegno, ma anche di affiancare le imprese nella fase di rendicontazione, che è forse la fase più delicata e laboriosa. Trovo tuttavia importante sottolineare la cosa forse più ovvia per una struttura come Fidimpresa. La nostra specializzazione deriva infatti dalla capacità di offrire alle imprese le migliori soluzioni per finanziare gli investimenti che intendono affrontare. Siamo infatti in grado di concedere garanzie ma anche finanziamenti diretti con fondi nostri. È il nostro mestiere, in fin dei conti. Le faccio un esempio: è uscito, in ambito PNRR, un bando per il finanziamento di imprese ubicate all'interno di alcuni comuni del territorio. Fidimpresa ha immediatamente messo a disposizione un plafond i 2 milioni di euro per finanziare queste imprese a tassi molto interessanti.

Possiamo quindi definire quello sui Bandi un servizio a 360 gradi?

direi proprio di sì. Come dicevo, oltre ad occuparci delle pratiche per la gestione del bando, siamo un partner privilegiato nell'offrire garanzie e liquidità per gli investimenti. Siamo anche, allo stesso tempo, in grado di mettere le imprese che partecipano ai bandi nelle condizioni di chiedere anticipi sui contributi deliberati grazie alle fideiussioni che offriamo e che gli enti erogatori chiedono.

Qualche anticipazione su prossimi bandi?

cerchiamo di effettuare un monitoraggio continuo di tutte le opportunità. Ci attendiamo qualcosa di interessante nei prossimi mesi. Informeremo tutte le imprese tempestivamente grazie anche ai nostri partner come Federalberghi.

Dove possono contattarla le nostre imprese associate?

Presso tutti gli uffici delle associazioni di Federalberghi o in quelli di Fidimpresa previa richiesta di appuntamento al numero 349.7230717 e alla mail fabio.borsato@fidimpresaveneto.it

Gli "standard" alberghieri, *che brutta parola!*

A cura di Matteo Bonfante, Bonfante Interior Contractor

Matteo Bonfante

In un mondo in cui la concorrenza tra hotel è sempre più agguerrita, emergere e creare un'esperienza unica per gli ospiti è essenziale per il successo dell'industria alberghiera italiana. **Il design alberghiero sicuramente svolge un ruolo fondamentale in questo contesto, poiché consente agli albergatori di offrire qualcosa che va oltre lo standard**, catturando l'immaginazione dei propri ospiti e innescando un circolo virtuoso di nuova ospitalità e sensazioni mai provate.

Come possiamo però raggiungere una vera unicità? La risposta sta spesso nella responsabilità dei progettisti.
Il compito di chi si occupa di design alberghiero non è semplicemente quello di seguire le tendenze del momento o di copiare più o meno bene ciò che è già stato fatto ltrove: essi devono, invece, abbracciare la sfida di creare soluzioni personalizzate e nnovative, strade meno battute e definire nuovi approcci capaci di sorprendere e stupire gli ospiti, a volte anche lottando con il coltello fra i denti contro i gusti personali dell'albergatore o, peggio ancora, contro la proposta standard del catalogo dei mobilieri di settore.

In questo viaggio verso la creatività e l'originalità, un concetto fondamentale da comprendere è quello dello "standard" La parola stessa in generale fa accapponare la pelle! **Seguire passivamente uno standard di riferimento può portare a risultati banali**, ad una mera copia di ciò che già esiste o addirittura ad un surrogato dell'autentico.
Per evitare questo rischio, occorre veramente abbracciare la filosofia del **"pensare fuori dagli schemi"**. Henry Ford se avesse semplicemente chiesto alle persone cosa desiderassero in termini di mobilità, esse avrebbero risposto con l'aspettativa di un cavallo più veloce, non immaginando neppure l'esistenza di un'automobile. Steve Jobs, quando presentò l'iPhone, non si

DOG BARK PARK INN, Stati Uniti

FARALDA CRANE HOTEL, Amsterdam

UTTER IN, Svezia

limitò a chiedere agli utenti cosa avrebbero voluto migliorare nei loro telefoni attuali, ma al contrario propose un dispositivo che andava oltre le aspettative, creando un nuovo standard per il settore della telefonia mobile.
Nel mondo del design alberghiero, dobbiamo seguire la stessa strada. Dobbiamo essere visionari, immaginando **esperienze mai vissute prima dagli ospiti**.
Dobbiamo superare l'effetto "wow" e ambire alle esclamazioni di stupore e ammirazione da parte dei nostri ospiti: "ma dai!", "che figata!", "non ci credo!", "non pensavo potesse esistere una cosa del genere!".

Facile? Certo che no! Per raggiungere questo livello di eccellenza, **occorre abbracciare la passione e anche un po' il rischio, provare, viaggiare, conoscere e soprattutto scegliere!**
Poi essere curiosi diventa l'elemento catalizzatore che alimenta il processo creativo e la ricerca continua e ci permette di superare gli ostacoli, di affrontare gli errori con determinazione e di rettificare il tiro quando necessario: **gli albergatori devono essere protagonisti di questa sfida anche nelle piccole cose, offrendo e pensando soluzioni di ospitalità autentiche e sorprendenti.**
Nel design alberghiero spesso si opta per soluzioni convenzionali, che possono essere accettate dagli ospiti solo perché non vi è un'alternativa: ma sono soluzioni già viste, sono già vecchie, tutto dritto, tutto beige, tutto tortora! Quindi una non scelta!
Tuttavia, non seguire gli standard è più di una semplice "scelta": rappresenta un approccio alla creazione di esperienze uniche e memorabili per gli ospiti.

"Scegliere chiude tante porte, non scegliere le chiude tutte".
Emin Hersh

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

Quali sono gli strumenti *del web marketing turistico*

Da dove partire per realizzare efficaci strategie di Digital Marketing Turistico online?

Per prima cosa focalizza, sul customer journey, ossia il percorso che ogni utente svolge per comprare un prodotto o servizio online. È importante conoscerlo perché ragionare sui diversi modi che gli utenti utilizzano per soddisfare i propri bisogni, può aiutarti a definire i canali e gli strumenti da utilizzare.

Ti faccio un esempio pratico: un futuro cliente alla ricerca di una struttura turistica potrebbe cominciare la propria ricerca dalla barra di ricerca Google. Questo vuol dire che la tua attività, per essere visibile, dev'essere ben posizionata in Google (tramite la SEO) o essere pubblicizzata tramite gli annunci (con la SEM). Tuttavia, **il futuro cliente potrebbe decidere di ricercare le strutture più vicine al luogo dove deve andare tramite Google Maps**; in questo caso, avresti bisogno di un'ottima scheda personalizzata su Google My Business per essere subito visibile. E e il cliente fa ricerca sui social? Allora potrebbe essere utile avere una pagina Facebook molto aggiornata o un profilo Instagram attivo e colorato.

Google My Business. Google My Business è indispensabile per chiunque abbia un'attività, perché è uno strumento creatoappositamente per permettere agli esercizi commerciali di presentarsi al meglio sia sul motore di ricerca che su Google Maps. **Google My Business permette alla tua attività di creare o rivendicare una scheda in cui inserire i dati della struttura:** nome, indirizzo preciso, contatti; ma anche orari di apertura/chiusura, foto, posizione precisa sulla mappa per essere facilmente raggiungibili. Nel tempo Google ha reso la scheda sempre più personalizzabile e oggi è possibile inserire un gran numero di altre informazioni, come descrizione dei servizi offerti e persino recensioni. Google My Business **diventa un servizio fondamentale**, perché le recensioni positive non solo saranno subito visualizzabili ma aiuteranno anche a migliorare la reputazione della struttura. **Uno strumento prezioso che va curato e aggiornato perché è un po' come se fosse una vetrina.**

Sito web. Il sito web continua a essere uno strumento essenziale se non centrale in una strategia digitale accurata. Qual è il tuo budget a disposizione? Una volta stabilito il budget puoi decidere di scegliere i tuoi mezzi di comunicazione e pianificare una strategia per un sito web per Bed and Breakfast o altre strutture ricettive. Esso può raccogliere il traffico proveniente da tutti gli altri canali e diventare l**a "piattaforma" d'arrivo del customer journey degli utenti**. Ovvio quindi che debba essere curato, preciso, bello, informato e ben posizionato. Il sito web può essere un ottimo modo per imprimere un'atmosfera, restituire la famosa unicità di cui ti parlavo. Riempilo di foto urate con un content interessante, ma soprattutto di informazioni precise e dettagliate sulla struttura, sul lavoro e le attività. Come la scheda Google My Business, anche

il sito è come una vetrina, anzi lo è maggiormente perché è molto più personalizzabile e dev'essere aggiornato costantemente. **Fondamentale che abbia un booking engine**, ossia la possibilità di poter prenotare e pagare direttamente dal sito senza passare per gli intermediari. Per essere ben posizionato su Google ed essere visto, il sito web deve essere curato lato SEO (te ne parlerò tra poco), user friendly (semplice da usare e veloce per l'utente) e responsive, ossia adattarsi al device con il quale l'utente lo naviga (pc, cellulare, tablet).

Blog. Il blog è uno strumento che molti potrebbero considerare datato, ma in realtà è ancora un alleato prezioso per generare traffico. Sito web e blog non sono la stessa cosa, ma il blog può essere integrato all'interno del sito e portargli ulteriore traffico. Mentre il sito è costituito da sole pagine, il blog prevede anche gli articoli che potrebbero posizionarsi in Google e aiutare la visibilità del sito. Questo vuol dire però che gli articoli non solo vanno scritti, ma ottimizza, e aggiornati.
Il lavoro del blog non è così semplice e richiede tempo, però rimane uno degli elementi più efficienti della strategia digitale in campo turistico. Come il sito web, va da sé che il blog necessita di content curato, di immagini e perché no video interessanti e in grado di attirare l'utente! **Un blog è il regno della creatività, divertiti a renderlo coinvolgente, appassionante e l'estensione ideale dell'atmosfera e del mood** che il cliente vuole trasmettere al pubblico.

Content. Correlato sia al blog che al sito web c'è il content, ovvero il contenuto. La creazione di contenuti è la parte centrale di qualsiasi strategia, perché sono la discriminante di un canale di qualità seguito e apprezzato. **Oltre alle informazioni curate e dettagliate sulla tua attività, sono i contenuti originali ed emozionali che fanno la differenza,** quelli che ti permettono non solo di vendere il prodotto o i servizi che proponi, ma anche il progetto che c'è dietro. Lo storytelling è uno strumento potentissimo per farti conoscere: chi sei? Perché hai avuto quest'idea? Cosa differenzia il tuo sogno da quello di molto altri? Cosa lo rende unico? Il content è la chiave giusto per raccontarti.

VOCE AGLI ESPERTI

InOut: *il nuovo appuntamento per la Contract Community dell'ospitalità*

Il mondo del turismo a 360 gradi in un'unica grande manifestazione.

InOut | The Contract Community, il più completo marketplace italiano per il settore dell'ospitalità debutterà in occasione della 60ª edizione di **TTG Travel Experience** alla Fiera di Rimini, dall'11 al 13 ottobre 2023.

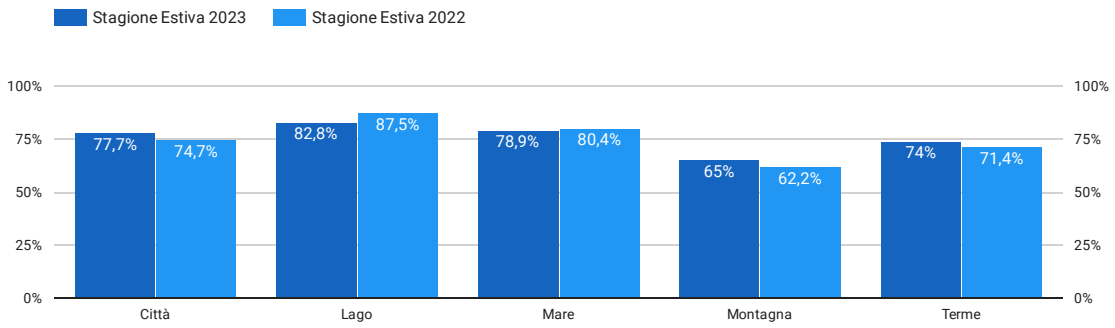
Accanto a **TTG**, salone internazionale dedicato ai viaggi, ecco **INOUT**, un unico marketplace a unire le 4 manifestazioni del settore indoor e outdoor: SIA Hospitality Design, Sun Beach&Outdoor Style, Superfaces e la novità Greenscape - the garden and outdoor contract fair.

Un evento unico, ideato per attrarre ed ispirare l'intera industry attraverso proposte, formazione e networking in grado di tracciare le coordinate future del settore.

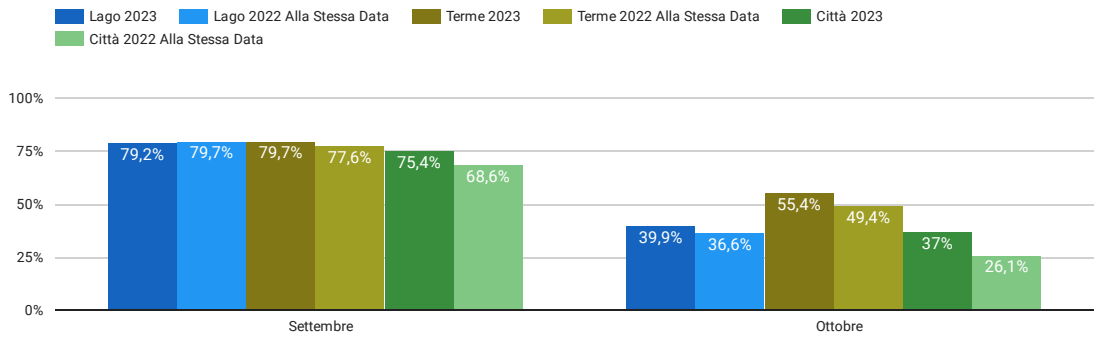
Per le oltre 30 mila strutture alberghiere italiane, i resort, le attività extra-alberghiere e dell'open-air, quella proposta da IEG sarà una piattaforma caratterizzata da momenti di incontro fra i professionisti dell'ospitalità allargata e di aggiornamento su trend e novità di prodotto. Sulle 5 le Arene dedicate a INOUT e le 4 Arene riservate a TTG, oltre 250 speaker si confronteranno sul futuro del comparto, grazie a Think Future, un fitto programma di oltre 200 appuntamenti.

Italian Exhibition Group

CONFRONTO OCCUPAZIONE CONSOLIDATA STAGIONE ESTIVA 2023 VS. 2022 PER CLUSTER



OCCUPAZIONE ACQUISITA AL 13 SETTEMBRE PER SETTEMBRE-OTTOBRE 2023 PER CLUSTER



Confronto Occupazione Consolidata Stagione Estiva 2023 vs. 2022 per Cluster

Dall'analisi realizzata sul dato consolidato del periodo 20 maggio-13 settembre 2023 possiamo fotografare l'ottimo stato di salute del turismo regionale.
In una stagione estiva in cui diverse località hanno riscontrato cali del tasso di occupazione anche in doppia cifra, 3 cluster su 5 (Città d'Arte, Terme e Montagna) hanno registrato tassi di occupazione superiori addirittura all'anno record 2022. Il cluster Mare ha sostanzialmente pareggiato le ottime performance dello scorso anno, anche grazie ad un settembre molto positivo, mentre il Lago ha perso quasi 5 punti percentuali di occupazione, pur quest'ultima mantenendosi abbondantemente sopra l'80% medio.

Occupazione Acquisita al 13 Settembre per Settembre-Ottobre 2023 per Cluster

Dall'analisi realizzata ad hoc in data 13 settembre 2023 sulle strutture dei diversi cluster ancora in stagione, possiamo notare come tutti i cluster, ad eccezione del Lago su settembre, siano in vantaggio rispetto alla stessa data dello scorso anno in termini di tasso di occupazione acquisito. La ripresa dei flussi internazionali post Covid per quanto riguarda i cluster di Terme e Città d'Arte e un meteo di fine stagione particolarmente favorevole per ciò che concerne il Lago, stanno favorendo una prima parte di autunno in incremento rispetto al 2022.

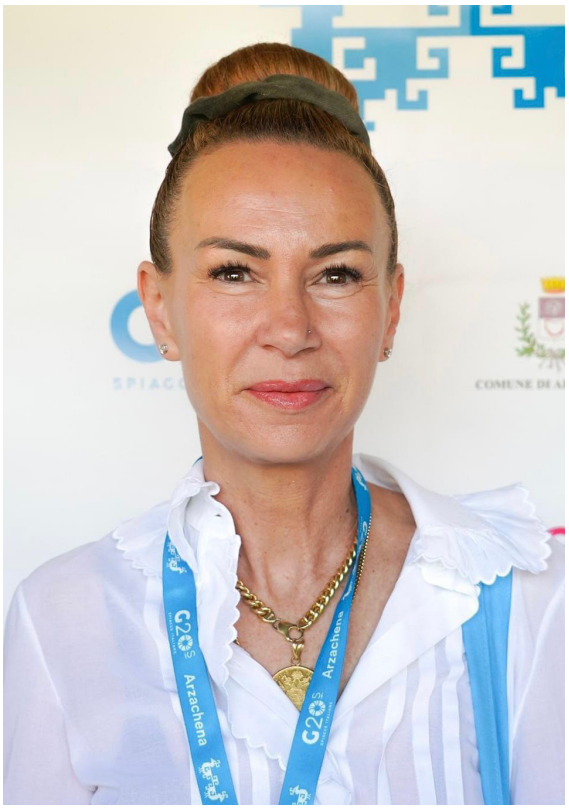
Le nostre *news*

NASCE LA COLLABORAZIONE TRA FEDERALBERGHI CAORLE ED IL GRUPPO ALBERGHIERO AUSTRIACO FALKENSTEINER PER AGEVOLARE LO "SCAMBIO" RECIPROCO DEL PERSONALE DIPENDENTE

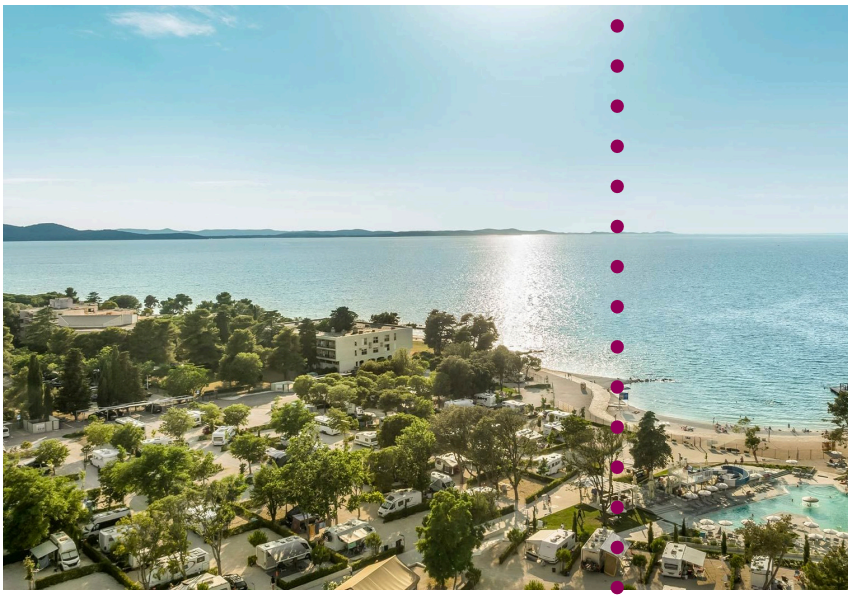
È nata un'importante collaborazione tra l'Associazione Sindacale che riunisce oltre 130 aziende alberghiere di Caorle ed il gruppo alberghiero austriaco Falkensteiner, presente in sei paesi europei con 27 hotel a quattro e cinque stelle.

Il gruppo Falkensteiner avrà la possibilità di sondare la disponibilità dei lavoratori ad entrare a far parte dell'organico del gruppo austriaco da ottobre a dicembre. Dall'altra parte, **durante il periodo estivo, il gruppo Falkensteiner sosterrà le candidature dei tirocinanti delle scuole alberghiere** della Carinzia ad occupare un posto di lavoro presso le strutture alberghiere di Caorle.

"**Con questa partnership vogliamo rispondere ad una duplice esigenza** – spiega la Presidente di Federalberghi Caorle, Kay Turchetto – Da un lato cerchiamo di offrire



una soluzione al problema della **carenza di lavoratori,** dall'altro offriamo ai nostri dipendenti la **possibilità di trovare un impiego anche durante il periodo invernal**e in una realtà prestigiosa quale è certamente il gruppo Falkensteiner".



Eventi in programma

FEDERALBERGHI VENETO È LIETA DI INVITARTI AL CONVEGNO "OVERTOURISM = TOURISM OVER?".

Quando si può parlare di overtourism. Esiste un indicatore che definisca esattamente che si sia raggiunto un "eccesso" di ospiti, o meglio di turisti di una destinazione turistica. Quali sono le cause dell'overtourism. Quali buone pratiche si possono seguire per governare il fenomeno.

L'appuntamento è giovedì 12 ottobre p.v. dalle ore 14.30 alle ore 16.00 presso la fiera TTG di Rimini, all'interno della Sala Ravezzi 2, Hall Sud al 1° piano.

L'overtourism è un tema che occupa l'opinione pubblica nazionale in maniera crescente. Non si tratta però di un dibattito informato, quanto piuttosto di una rincorsa di opinioni e di percezioni del tutto soggettive, quasi che l'overtourism possa essere uno stato d'animo, e non invece qualcosa fondato su indicatori oggettivi.
Nel nostro settore, soprattutto nella Piccola Media Impresa si fa poca ricerca e sviluppo: è giunto il momento di affrontare i temi con un approccio più sistematico e analitico. In questo convegno, il prof. Antonio Preiti, direttore di Sociometrica, presenterà un report che analizza l'overtourism a partire da indicatori specifici, dedicati ai comuni del Veneto, ma la cui base metodologica ha un valore generale. Interverranno, oltre al Presidente Schiavon, il direttore generale di Federalberghi, Alessandro Nucara, il CEO di Teamwork, Mauro Santinato ed il CEO di Cherry Bank, Giovanni Bossi. Ti Aspettiamo!

PARTNER

Federalberghi Veneto

NEXIDIA
— comunicazione | web | design

FIDI
IMPRESA & TURISMO
VENETO

BONFANTE
BUILDS IDEAS

HBenchmark
Hospitality Data Intelligence

cherry bank

ITALIAN
EXHIBITION
GROUP
Providing the future

FEDERALBERGHI VENETO
Unione Regionale Albergatori del Veneto

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

telefono: +39 041 974830 r.a.
fax: +39 041 982897
e-mail generale:
info@federalberghiveneto.it
pec: protocollo@pec.federalberghiveneto.it

federalberghiveneto.it

e-mail segreteria:
segreteria@federalberghiveneto.it
e-mail amministrazione:
amministrazione@federalberghiveneto.it
e-mail ufficio comunicazione:
comunicazione@federalberghiveneto.it
addetto stampa: Alvise Sperandio cel. +39 329 425 4679