

MAGAZINE

Tecnologia e nuove opportunità

Uno strumento di
aggiornamento per
chi opera nel settore

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



Intelligenza artificiale:

protagonisti del nostro futuro



Si fa un gran parlare, negli ultimi tempi, di intelligenza artificiale. Potrebbe sembrare un tema a noi distantissimo e, invece, ci è più vicino di quanto potessimo pensare. Di più: potrebbe diventare un nostro alleato perché, se usato come si deve, **potrebbe rivelarsi uno strumento utile a favorire l'innovazione e la crescita delle nostre imprese**, contribuendo a rendere l'ospitalità più moderna, pur senza snaturarne l'anima. Infatti, oltre a cambiare i processi produttivi e organizzativi del settore ricettivo in generale, l'intelligenza artificiale andrà a modificare le regole del gioco nel posizionamento commerciale delle strutture, sui vari canali on line. Dall'arrivo di Internet una ventina d'anni fa, a lungo abbiamo investito in determinate direzioni per le prenotazioni su digitale, ma ora, già a breve, è previsto l'inserimento di un nuovo sistema che porrà una domanda e darà una risposta all'utente direttamente con l'intelligenza artificiale. È chiaro che bisognerà capire da dove saranno attinte le informazioni per essere tempestivamente presenti in quei contenitori che, oggi, ancora non conosciamo bene. Va da sé che tutti gli investimenti fatti in questi anni in termini di offerta commerciale on line, dovranno essere riadeguati se vorremo **mantenere e accrescere la competitività e non subire passivamente l'introduzione dell'intelligenza artificiale** che rappresenta la nuova grande rivoluzione, dopo Internet, anche per il nostro settore. Non va, peraltro, dimenticato come essa, in alcuni ambiti, saprà generare dei cambiamenti anche sul fronte del mercato del lavoro, facendo superare alcune figure e introducendone delle altre. **È perciò fondamentale avviare un processo di analisi e ricerca** per mettere i nostri operatori nelle condizioni di sapere quali siano le dinamiche e in quali direttrici lavorare per garantire la trasformazione e l'innovazione delle nostre imprese: ancora una volta **siamo chiamati a essere protagonisti del nostro futuro.**

IL DIRETTORE

Un futuro tra capitale umano e intelligenza artificiale

Nei nuovi scenari delineati dai potenti software di Intelligenza Artificiale, AI generativa e da Chat GPT, in particolare, stiamo vivendo una profonda rivoluzione dai forti risvolti organizzativi, economici, sociali ed etici.

In questo contesto si colloca il nuovo disegno di legge per l'introduzione di disposizioni in materia di intelligenza artificiale, approvato dal Consiglio dei Ministri nei giorni scorsi. Il provvedimento mira anche a promuovere attivamente l'AI nei settori



produttivi, puntando a migliorare la produttività e a stimolare nuove attività economiche.

Sicuramente l'intelligenza artificiale (AI) sta già rivoluzionando il settore turistico, aprendo nuove strade per un futuro "diverso" dove capitale umano e tecnologia si fondono per offrire esperienze di viaggio ineguagliabili. Ma **l'AI non sostituirà il lavoro umano, lo potenzierà**, assumendo compiti ripetitivi e automatizzando processi complessi, liberando tempo e risorse per attività che richiedono creatività, empatia e competenze interpersonali.

Investire nella formazione sarà cruciale per dotare i lavoratori del settore delle competenze necessarie per lavorare fianco a fianco con l'intelligenza artificiale.

Sarà necessario quindi **sviluppare nuove abilità**, ma in un futuro dove AI e capitale umano collaboreranno in sinergia, il settore turistico raggiungerà nuovi livelli di eccellenza, **offrendo esperienze di viaggio uniche!**

**Il Direttore
Marco Gottardo**

Marco Gottardo

L'importanza dei principi ESG

e l'introduzione di un piano

Welfare nel Confidi

Fidimpresa & Turismo Veneto

Abbiamo ricevuto da Massimo Zanon Presidente di Fidi Impresa & Turismo Veneto la seguente lettera:

In un momento come questo post pandemia Covid, contraddistinto dal perdurare della guerra in Ucraina, dallo scoppio della guerra tra Israele ed Hamas, dall'aumento generalizzato dei tassi di interesse frutto delle politiche monetarie restrittive e dall'emergenza climatica globale, **il sostegno ai nostri soci e ai territori in cui operiamo non è mai stato così importante.**

L'integrazione dei principi di sostenibilità all'interno della catena del valore assume innanzitutto il significato di un impegno costante, teso a conciliare gli obiettivi economici con quelli sociali ed ambientali (inclusi quelli di contrasto al climate change), generando valore per l'azienda, per gli stakeholders e per i territori, valorizzando al contempo gli impatti ambientali e sociali positivi, evitando o riducendo al minimo quelli negativi.

Il regulator inoltre è significativamente focalizzato sulla valutazione degli impatti ESG sui rischi e sull'organizzazione dei processi e del sistema di controlli interno tenendo conto di tali fattori. Per quanto evidenziato abbiamo iniziato il processo di integrazione dei principi ESG nel nostro modello di business, nei nostri processi e nella nostra strategia aziendale.

Ritengo sia importante mantenere un equilibrio tra i tre pilastri caratterizzanti **le tematiche ESG: Ambientale, Sociale e di Governance.**



La necessità di offrire benefici sostenibili e a lungo termine a tutti i nostri stakeholder è fondamentale in particolare in questo momento, in cui dobbiamo sostenere le nostre economie in una fase di incertezza economica e affrontare gli impatti sempre più evidenti del cambiamento climatico.

Il **cambiamento climatico** rappresenta una minaccia di cui dobbiamo essere consapevoli, ma diventa d'altra parte uno stimolo per le aziende a cambiare in meglio. La strategia ESG di Fidimpresa si basa su 3 principi guida:

- attenerci ai più elevati standard in modo da fare la cosa giusta per i nostri soci e per la società
- impegnarci per assistere i nostri soci in una transizione equa e corretta
- fare nostre e rispettare le opinioni dei nostri stakeholder nello svolgimento della nostra attività e nei processi decisionali.

Fidimpresa si sta concentrando sulla realizzazione di una **transizione positiva e sostenibile verso l'energia verde** necessaria per cercare di ridurre i danni al pianeta e alle sue persone.

Al fine di renderla una transizione equa e corretta per tutti, lavoriamo costantemente per produrre un **impatto sociale positivo in linea con il nostro ruolo e le nostre responsabilità in quanto attore sociale**. Stiamo realizzando passi importanti per integrare tutte le variabili ESG nella governance, nel business, nella gestione del rischio e del credito e **con interventi rilevanti in ambito sociale al momento rivolto ai dipendenti del Confidi**.

Sul fronte interno ci siamo impegnati anche **nell'attivazione del welfare aziendale**, abbiamo previsto apposito programma di prestazioni assistenziali rivolto a tutto il personale ed abbiamo organizzato programmi di formazione su aspetti ESG rivolti a tutti i dipendenti al fine di accrescere la consapevolezza e la conoscenza generale di tali aspetti, nonché **corsi più mirati rivolti agli esponenti aziendali ed ai componenti del Comitato ESG**.



Verona



DB12

www.astonmartin.com/en/dealers/aston-martin-verona

ASTON MARTIN VERONA • Benati srl • Via Evangelista Torricelli, 42 • 37136 • Verona

Official government fuel consumption figures in litres/100km (mpg) for the Aston Martin DB12: WLTP Low 20.6 (13.7); WLTP Medium 12.2 (23.2); WLTP High 10.2 (27.7); WLTP Extra High 10.7 (26.4); WLTP Combined 12.2 (23.2) . WLTP CO2 Emissions 276 g/km (NEDC Combined CO2 - Awaiting certification). Urban RDE TRIP NOx 85.8mg/km, PN 9e11; Complete RDE trip NOx 85.8 mg/km, PN 9e11. PEMS ID: 09-SCF-0025-0; TA Number: Awaiting certification.

Partnership

con UnipolSai e app GOWelfare

Venezia, 4 maggio 2024 – Federalberghi Veneto ha sottoscritto un accordo con UnipolSai e app GOWelfare, per offrire ai propri associati l'opportunità di specifiche coperture assicurative e per la gestione di prodotti e servizi legati al welfare aziendale.

Il presidente Schiavon: "Il capitale umano è fondamentale per la competitività delle nostre imprese: questi accordi introducono strumenti utili per il welfare aziendale"

UnipolSai

UnipolSai Assicurazioni, compagnia assicurativa del Gruppo Unipol, leader in Italia nei rami danni, **ha concordato con Federalberghi Veneto un'offerta assicurativa per essere ogni giorno accanto alle imprese associate**, ai titolari amministratori delle stesse e i loro familiari conviventi, ai dipendenti a tempo determinato e indeterminato delle strutture alberghiere associate e i loro familiari conviventi. Ciò al fine di offrire più serenità e trovare concrete risposte alle opportunità da cogliere nell'ambito del welfare assicurativo, insieme a tanti altri vantaggi esclusivi.

Nell'ambito della tutela della salute, l'intervento avviene attraverso la proposta di forme individuali finalizzate all'ampliamento delle prestazioni previste dal Servizio sanitario nazionale e dai Fondi sanitari di categoria: il riferimento è ai rischi più gravi quali la non autosufficienza e l'invalidità permanente (da malattia e/o da infortunio). Quanto alle problematiche connesse all'attività di titolare di struttura alberghiera, viene offerta un'ampia gamma di soluzioni mirate a proteggere al meglio il business.

GOWelfare

GOWelfare, che rientra sempre nell'orbita del Gruppo Unipol, **è l'app di Federalberghi per la gestione di prodotti e servizi legati al welfare aziendale**, nell'ambito della piattaforma Welbee. Con questo strumento è possibile, per diverse attività commerciali, accettare pagamenti tramite il welfare aziendale, senza passare dai grandi aggregatori, raggiungendo un vasto mercato di oltre 5 milioni di dipendenti in Italia. L'app GOWelfare Business, dedicata agli esercenti, semplifica infatti il processo di pagamento

COMUNICATO STAMPA

attraverso i crediti del welfare aziendale, **consentendo a tutti coloro che hanno un credito welfare di utilizzare i Fringe Benefits** (fino a 2.000€ all'anno) nelle attività commerciali, come ristoranti, alberghi, centri benessere e molto altro.

A oggi, oltre 16.000 attività commerciali in Italia utilizzano GOWelfare come metodo di pagamento, aumentando la loro clientela.

Le attività commerciali possono creare profili e accettare pagamenti tramite QR Code, offrendo vantaggi quali:

- **nuovi clienti:** raggiungere i dipendenti aziendali con piani di welfare aziendale, aprendo nuove opportunità di business.
- semplifica l'**upselling dei servizi aggiuntivi** alla camera (spiaggia, ristorante, bike tour, spa etc)
- **semplicità e sicurezza:** le transazioni sono automatiche e sicure, garantite da elevati standard di protezione.
- **consumo locale:** stimolare il consumo nei negozi locali, beneficiando l'economia del territorio.
- **costi ridotti:** nessun costo di registrazione e fee molto più basse rispetto a quelle degli aggregatori (5% per tutti gli alberghi di Federalberghi)
- **GOWelfare è uno strumento strategico al fianco di Federalberghi Veneto** permettendo al settore turistico della regione di ampliare il proprio raggio d'azione interagendo in maniera semplice e diretta con i dipendenti che godono di piani welfare.

“Il capitale umano ha un ruolo centrale all'interno delle nostre imprese - sottolinea il presidente di Federalberghi Veneto Massimiliano Schiavon - e in questo ambito il welfare aziendale ricopre un ruolo di primissimo piano. L'accordo con UnipolSai e la app GOWelfare introduce strumenti pratici, innovativi e molto utili a gestire questo tema così fondamentale per i lavoratori e la nostra competitività presente e futura delle imprese”.



NOTIZIE DAI TERRITORI

Contributo di accesso

a Venezia

Il Contributo di Accesso a Venezia deve essere corrisposto da chiunque voglia visitare la Città Antica, in giornate e orari definiti, fatte salve le esenzioni per chi è nato a Venezia, per i residenti della regione, i minori di 14 anni, persone diversamente abili, forze dell'ordine, e altre categorie non paganti ma che devono chiedere l'esenzione tra le quali i lavoratori che prestano attività nella città antica, gli studenti e i soggetti soggiornanti nelle strutture ricettive del Comune di Venezia.

L'importo previsto è di 5€ giornalieri. L'importo è unico, per singola persona e non sono previste riduzioni.

Il pagamento del contributo è previsto per i giorni 25, 26, 27, 28, 29 e 30 aprile 2024, 1, 2, 3, 4, 5, 11, 12, 18, 19, 25, 26 maggio 2024, 8, 9, 15, 16, 22, 23, 29, 30 giugno 2024 e 6, 7, 13 e 14 luglio 2024. Il contributo non è dovuto dalle ore 16:00 alle ore 8:30.

Per l'anno 2024 il Contributo di Accesso non sarà applicato alle isole minori. Collegandosi a due portali è possibile richiedere l'esenzione o pagare il contributo d'accesso.

A questo link per l'esenzione.
<https://cda.comune.venezia.it/it/riciestaEsenzione>

A questo link per pagare il contributo
<https://cda.venezianaunica.it/scegli-la-data>



Per altre informazioni e dettagli è possibile consultare il portale del Comune di Venezia dedicato al contributo.

<https://cda.ve.it/it/>

“Siamo di fronte a una sfida importante – commenta il presidente dell'Associazione Veneziana Albergatori, Vittorio Bonacini -. Per la prima volta, una città a vocazione turistica, quale di fatto Venezia è, sta dimostrando di iniziare a considerare seriamente i temi, divenuti ormai problemi, e sfociati nell'over-tourism. È risaputo che il turista pendolare porti poco e che alla città costi invece

NOTIZIE DAI TERRITORI



molto. Ma non è da demonizzare: è una realtà che non possiamo e non dobbiamo trascurare ma gestire con saggezza e lungimiranza. Consci del fatto che al contributo d'accesso deve essere associato anche un progetto più ampio complessivo della gestione dei flussi turistici e del territorio, come Associazione Veneziana Albergatori non abbiamo difficoltà a condividerne il principio sostanzialmente per due ragioni. La prima è legata al fatto che i turisti pernottanti nelle strutture, ad oggi, sono gli unici che pagano la tassa di soggiorno. Inaccettabile che la unica tassazione a vocazione turistica venga imposta al turista che più concorre in termini positivi all'economia cittadina. C'è poi la speranza (o forse più realisticamente una illusione) **che il contributo**

di accesso in via sperimentale ed in poche date "calde" possa indurre a una diminuzione della pressione turistica e comunque è un provvedimento che, nel tempo, può essere rivisitato e migliorato”.

Claudio Scarpa, direttore dell'Associazione Veneziana Albergatori: “La prima prova è andata meglio del previsto. La gestione degli arrivi della prima giornata è stata programmata nei mesi precedenti con un'intensa attività di comunicazione. Continuiamo a lavorare in questo senso consapevoli di **quanto sia importante togliere i dubbi e garantire la serenità degli ospiti delle strutture**. Noi siamo favorevoli al contributo di accesso e da sempre collaboriamo con il Comune **con il fine di arrivare alla migliore soluzione per la gestione dei flussi pendolari**. Avremmo preferito, come abbiamo sempre specificato, che il percorso partisse dallo smistamento degli arrivi attraverso terminal per poi proseguire, solo in un secondo tempo, con l'applicazione del contributo d'accesso. **Resta comunque un elemento fondamentale per il controllo delle presenze nei giorni di picco**. Il calendario è in linea con questo spirito”.

“È la prima volta - conclude il vicedirettore Daniele Minotto - che al turista pernottante viene riconosciuto il ruolo di primo piano negli interessi del territorio, senza venire ulteriormente tassato”.

CONTRIBUTO DI ACCESSO

alla Città di Venezia

ACCESS FEE to the City of Venice

CITTA' DI
VENEZIA



CITYPASS
**VENEZIA
UNICA**

Il Contributo di Accesso 2024 si applica per **29 giorni** a partire dal 25 aprile

The Venice Access Fee 2024 applies for **29 days** starting from April 25th

8.30 am



4.00 pm

APRILE \ APRIL

Lu Ma Me Gi Ve Sa Do

1 2 3 4 5 6 7

8 9 10 11 12 13 14

15 16 17 18 19 20 21

22 23 24 **25 26 27 28**

29 30

MAGGIO \ MAY

Lu Ma Me Gi Ve Sa Do

1 2 3 4 5

6 7 8 9 10 **11 12**

13 14 15 16 17 **18 19**

20 21 22 23 24 **25 26**

27 28 29 30 31

GIUGNO \ JUNE

Lu Ma Me Gi Ve Sa Do

1 2

3 4 5 6 7 **8 9**

10 11 12 13 14 **15 16**

17 18 19 20 21 **22 23**

24 25 26 27 28 **29 30**

LUGLIO \ JULY

Lu Ma Me Gi Ve Sa Do

1 2 3 4 5 **6 7**

8 9 10 11 12 **13 14**

15 16 17 18 19 20 21

22 23 24 25 26 27 28

29 30 31

Acquistalo anche con
Purchase it also with

WhatsApp



Scopri tutte
le informazioni
Find out all
the information

cda.ve.it



SCAN ME

Info:

Contact Center Dime +39 041 041

NOTIZIE DAI TERRITORI

Walter De Cassan Confermato alla presidenza **di Federalberghi Belluno Dolomiti**

In occasione dell'assemblea provinciale di Federalberghi Belluno Dolomiti, tenutasi la settimana scorsa presso gli uffici di Confcommercio Belluno, la presidenza di Walter De Cassan ha trovato conferma per un nuovo quinquennio di attività associativa

I presenti, confrontatisi sui temi presentati in un articolato documento con il quale De Cassan ha voluto tracciare l'attività del periodo 2019/2024, delicato e complesso per tanti motivi, hanno così confermato la fiducia al presidente uscente che sarà coadiuvato da un consiglio direttivo più corposo rispetto al passato, rappresentativo di tutto il territorio e composto da sei referenti dell'Agordino, tre del Cadore, tre della Valbelluna ed uno della Val di Zoldo. I livelli di rappresentatività territoriale sono parametrati al numero di alberghi associati nelle varie zone.

Ai lavori del direttivo di Federalberghi Belluno Dolomiti partecipa anche il presidente, o suo delegato, dell'Associazione Albergatori di Cortina d'Ampezzo.

“Accogliendo la richiesta dei colleghi a portare avanti questo impegno – afferma De Cassan – **ho chiesto e trovato disponibilità per un direttivo più giovane**; diversi giovani infatti, fattore fondamentale in ottica futura, hanno accolto l'appello mio e dei consiglieri uscenti e si sono messi a disposizione per lavorare insieme; davvero importante il fatto che ogni zona della provincia sarà rappresentata e di conseguenza **i moltissimi albergatori associati potranno contare su referenti zionali ai quali sottoporre tematiche e proposte di lavoro** che poi l'associazione potrà trattare e sviluppare”.

Del nuovo direttivo faranno parte anche i consiglieri uscenti e che già vantano anni di impegno associativo e che hanno ritenuto importante un'integrazione con le nuove generazioni degli albergatori bellunesi.

“Dopo l'assemblea – continua De Cassan – il direttivo **sarà impegnato fin da subito su vari ambiti partendo innanzitutto da un coinvolgimento nelle attività associative a carattere regionale e nazionale**; ho già potuto registrare, con data da definire, la disponibilità dell'Assessore Regionale Federico Caner a partecipare alla prima riunione. Altrettanto confidiamo di poter incontrare e confrontarci al più presto con il Senatore De Carlo per fare il punto della situazione su alcuni temi che già gli abbiamo sottoposto”.



L'ospitalità di qualità

dipende dal benessere dei suoi addetti

Il benessere dei collaboratori è uno dei valori più significativi di una struttura ricettiva ed è un elemento di coerenza di chi offre un'ospitalità autentica e di qualità.

Si parla tanto oggi della difficoltà di reperire personale, da un lato, e di workplace wellness dall'altro, inteso questo come una visione più olistica del benessere del dipendente, che oltre a condizioni di sicurezza, politiche salariali e benefit materiali, punta anche a portare la qualità di vita in azienda, alla realizzazione del dipendente, al suo equilibrio psicofisico, insomma a stare bene, sotto diversi aspetti.

Peraltro, **sempre più persone, soprattutto giovani, dichiarano di non voler sacrificare la qualità della loro vita** e cercano il cosiddetto life-work balance.

Il settore turistico, rispetto ad alcuni settori paga lo scotto, legato alle modalità del prodotto e del servizio, di orari di apertura ampi, di turni di lavoro più lunghi e dello stress che causa proprio le relazioni con il pubblico, e della velocità spesso richiesta dal cliente stesso. Non meno importante il dato che **lavorare in questo settore può richiedere spesso la rinuncia alle festività, sacrificando la propria vita personale e sociale.**

Quindi, un impiego nel turismo espone non solo alla precarietà insita nella stagionalità, che in alcuni territori può essere breve, ma tocca tasti delicati che incidono sul benessere della persona.

Questo dato di fatto, già da diverso tempo, ci espone ad alcune riflessioni e alla ricerca di soluzioni quanto mai necessarie, poiché, per farsi desiderare (dal dipendente), non sono più sufficienti le belle location: bisogna offrire umanità, valore, la possibilità di essere i primi a sperimentare le qualità dei servizi, i sapori, il territorio, un rapporto di alleanza, engagement con la condivisione di obiettivi e del progetto del vostro brand.

I tempi per questo cambiamento sono sicuramente maturi, soprattutto se cogliamo alcune opportunità. La stagionalità pian piano si modifica anche in conseguenza alle condizioni climatiche, il che potrebbe far **pensare anche a stagioni più lunghe, introducendo le opportune strategie.** Inoltre, anche i turisti stanno modificando le loro esigenze e proprio dove si cerca un turismo



Paola Rizzitelli

VOCE AGLI ESPERTI

del benessere e di qualità, cercano una relazione più empatica e gentile con il personale, ad un approccio "lento" all'esperienza e attenzione al rispetto dell'ambiente nel suo complesso. Insomma, il concetto è: scaliamo di una marcia e godiamoci il viaggio.

Per offrire un'ospitalità di qualità, il benessere dei suoi addetti (persone che fanno parte integrante dell'ambiente) è uno dei fattori chiave.

E' infatti l'ambiente, con tutte le sue sfaccettature, ad influire sulla percezione che l'ospite avrà del suo soggiorno. Daniel Goleman ci dice che gli ambienti di lavoro sono vivai emotivi dove le persone fra di loro sono influenzate nel bene e nel male. La gioia e i sorrisi sono contagiosi così come lo stress e tensioni e arrivano e chiunque frequenti un ambiente.

Cosa fare allora per migliorare dall'interno?

Non solo i paesaggi, ma anche le persone fanno la bellezza di un'esperienza. Quelle persone belle sono i collaboratori che stanno bene e che possono diventare quell'elemento unico che vi contraddistingue, perché sono loro ad entrare a diretto contatto con i clienti.

Qualche consiglio. Quelli che vi riporto sono gli ambiti su cui agire per stimolare il benessere:

- **Una organizzazione interna** che riveda le ore di lavoro e i giorni di pausa in modo equo, tenendo in conto alcuni fattori come età, situazioni familiari, aspetti logistici.

- **Coinvolgere il dipendente nel**

progetto, brand e concept. Il personale va informato, motivato e responsabilizzato partendo dalla consapevolezza del valore del luogo in cui lavora.

- **Fagli vivere l'esperienza.** Quali sono i punti forti della vostra struttura? Un piatto speciale, alcune attività, la storia del luogo? Non solo l'ospite, ma anche il personale può trarre benefici dalla vostra proposta, fonte di benessere mentale, fisico e sociale.

- **Chiarezza nella comunicazione interna.** Conoscere i propri ruoli, l'organigramma, chi fa cosa e condividere periodicamente errori e successi, rende forte una squadra.

Il benessere sui luoghi di lavoro, soprattutto nel turismo, dunque non dipende solo dai benefit e dalla retribuzione, ma da una serie di elementi concatenati, che una volta introdotti nel proprio "sistema" possono alimentare un flusso virtuoso, che può portare vantaggi a tutti, al dipendente, al gestore e proprietario dell'hotel, nonché agli ospiti delle strutture.

Paola Rizzitelli
Wellness Economy Strategist
Marketing e branding del benessere,
formatrice, speaker, scrittrice

Mobile +39 333 871 3718

Web www.paolarizzitelli.it

Instagram [pr_paola_rizzitelli](https://www.instagram.com/pr_paola_rizzitelli)

Facebook [paola_rizzitelli sinergie per il benessere](https://www.facebook.com/paola_rizzitelli_sinergie_per_il_benessere)

Linkedin www.linkedin.com/in/paola-rizzitelli

Paola Rizzitelli

PARTNER

GOWelfare, la chiave per il successo degli albergatori nell'era del Welfare Aziendale

GOWelfare

Il welfare aziendale in Italia è in fase di rapida evoluzione, offrendo spazi stimolanti per lo sviluppo di nuovi business. Le imprese stanno sempre più comprendendo l'importanza di investire nel benessere dei propri dipendenti, offrendo una vasta gamma di benefit e servizi che vanno oltre il semplice salario. Questa tendenza non solo migliora la soddisfazione e la produttività dei dipendenti, ma apre anche nuove opportunità per le aziende che scelgono di offrire i propri servizi attraverso piattaforme welfare.

In Italia, il welfare aziendale coinvolge oltre 5 milioni di dipendenti, che hanno accesso ad un credito fornito dall'azienda, che può arrivare fino a 2.000 euro. Questi crediti possono essere utilizzati per migliorare il benessere personale e familiare. Tuttavia, le strutture alberghiere che desiderano entrare in questo mercato si trovano ad affrontare sfide legate alle commissioni applicate dagli aggregatori e alla difficoltà di promuovere servizi aggiuntivi. Per rispondere a questa crescente domanda in modo efficiente ed economicamente vantaggioso, è stata creata GOWelfare, l'innovativa app di Tantosvago che consente ai dipendenti di utilizzare i propri crediti welfare direttamente presso esercizi commerciali in tutta Italia, inclusi alberghi, ristoranti, centri benessere e altro ancora.

Grazie a questo nuovo flusso di cassa derivante dal welfare aziendale, gli albergatori hanno la possibilità di accedere a nuove opportunità economiche e di promuovere servizi aggiuntivi, contribuendo così alla crescita dell'industria alberghiera.

Attualmente, più di 20.000 esercizi commerciali in tutta Italia hanno aderito a GOWelfare, sfruttando la sua ampia copertura che include ristoranti, alberghi, centri benessere e molto altro. Questa diversificazione di opzioni offre ai dipendenti la flessibilità di utilizzare i propri crediti welfare per soddisfare una vasta gamma di esigenze.

La collaborazione tra GOWelfare e Federalberghi ha aperto nuove opportunità per le strutture ricettive nel settore del welfare aziendale: per promuovere questa sinergia e discutere dei suoi benefici, sono stati organizzati eventi come il webinar del 18 aprile e l'incontro Cortina4Us a Cortina d'Ampezzo il 23 aprile 2024. Questi eventi hanno fornito un'opportunità per i partecipanti di comprendere meglio il potenziale di GOWelfare nel settore del welfare aziendale e nell'economia locale, **incoraggiando la partecipazione attiva e lo scambio di idee** tra gli attori chiave del settore.



PARTNER

Alidem crea valore per l'Hotel

con Artworks originali e di grande bellezza

Alidem

Nella Società dell'immagine, la bellezza scenografica degli ambienti è un valore per gli ospiti e un vantaggio per il business dell'Hotel. Da questa prospettiva, **Alidem offre il miglior servizio di Decor per Hotellerie oggi sul mercato, grazie a un catalogo illimitato di immagini, soggetti e autori, alla consulenza progettuale** di un Team preparato ed esperto, a una profonda conoscenza dei migliori materiali e formati disponibili e alla qualità delle installazioni eseguite da artigiani specializzati.

Il nostro lavoro consiste nel valorizzare l'immagine, lo stile e il Glamour degli spazi fisici dell'Hotel attraverso installazioni di artworks su misura, con l'obiettivo di arricchire la personalità della struttura e dei suoi ambienti.

E con l'innovativo servizio Souvenir disponiamo di una linea di oggettistica d'arte personalizzabile, ideale per omaggi ai clienti e attività promozionali.

Visita il nostro sito www.alidem.com
per scoprire i prodotti e i servizi Alidem.
info@alidem.com | 3351897606

alidem
L'ARTE DELLA FOTOGRAFIA



PARTNER

Design, tecnologia

e innovazione



CEMINetwork
BENESSERE INFINITO∞

CEMI Network

Cemi network progetta e realizza piscine e aree benessere per hotel e centri wellness

Il concetto di lusso si sta evolvendo, adattandosi alle nuove esigenze dei viaggiatori di oggi. Non si tratta più di ostentazione e sfarzo, ma di esperienze autentiche e trasformative che arricchiscono l'anima e il corpo. **I viaggiatori moderni cercano luoghi esclusivi e originali, dove sentirsi coccolati, privilegiati e rispettosi del pianeta.**

In questa nuova era del lusso della salute e del benessere, personalizzazione e design assumono un ruolo fondamentale, per creare ambienti esteticamente impeccabili e promuovere la sostenibilità.

Le strutture ricettive devono offrire esperienze che si prendano cura di corpo, mente e spirito.

Cemi Network è il partner ideale per alberghi e strutture ricettive che desiderano rinnovare o realizzare piscine, aree benessere.

Design: pura espressione del Made in Italy più autentico, frutto di una collaborazione con i migliori studi di architettura mondiali.

Tecnologia: frutto di un'esperienza unica e di un team di tecnici che offrono le migliori soluzioni per il risparmio energetico, la riduzione

dei consumi e l'elevata qualità dell'acqua e degli ambienti.

Materiali innovativi: pensati per durare nel tempo, un tempo infinito come il benessere che diffondiamo da oltre 50 anni attraverso le opere realizzate in tutto il mondo, come il paradiso di eleganza, a firma dell'Arch. Alberto Apostoli, del Wellness Center Casa Cipriani a Milano, realizzata da CEMI Network. Una perfetta combinazione di materiali pregiati e stile che creano un ambiente armonioso e offrono la sensazione di essere immersi nel fascino della laguna Veneziana. Influssi giapponesi, sauna finlandese, soffitti a volta e rivestimenti in marmo rosso Francia. **Un tocco unico** che si adagia su legni, pietre, mosaici e vetrate per un'atmosfera unica e fuori dal tempo.

www.ceminetwork.com



PARTNER

Topper sì

o topper no

Negli ultimi anni si sta sempre più affermando come elemento “must have” nell’hotellerie: il **topper**. Di cosa stiamo parlando? Andiamo a conoscere meglio insieme questo famoso elemento, tanto celebrato in TV.

Cos’è un **topper**? E’ un materassino che può avere un’altezza variabile tra i 3 e i 7 cm circa, che può essere realizzato in materiali diversi, ma tutti con l’obiettivo di rendere più accogliente il materasso, più morbido o più rigido a seconda dei propri desideri. Ci sono però altri importanti motivi per cui un TOPPER può tornare utile:

Preserva e protegge il materasso dall’usura e dal passare del tempo; Se posto sopra a due strutture singole, regala la sensazione di essere su un materasso matrimoniale; Permette una maggior traspirazione e controllo della temperatura, se fatto con materiali appositi come ad esempio il nostro E-plume, schiumato ad acqua a cellulazione aperta; Qualora due persone avessero esigenze diverse, un TOPPER singolo può essere posizionato su un materasso matrimoniale per modificare l’accoglienza di uno solo dei due lati del letto.

Carraro Materassi Venezia ha a disposizione TOPPER di materiali diversi quali la fibra, il memory

foam ed E-plume, che possono essere richiesti in tutte le altezze desiderate. In alcuni casi si possono avere anche in versione sfoderabile.

Contattaci per qualsiasi informazione o vieni a trovare nel nostro ampio showroom, che metteremo a vostra completa disposizione.

Riferimenti:

tel 049 5798190

Carraro S.r.l.

Sede Operativa

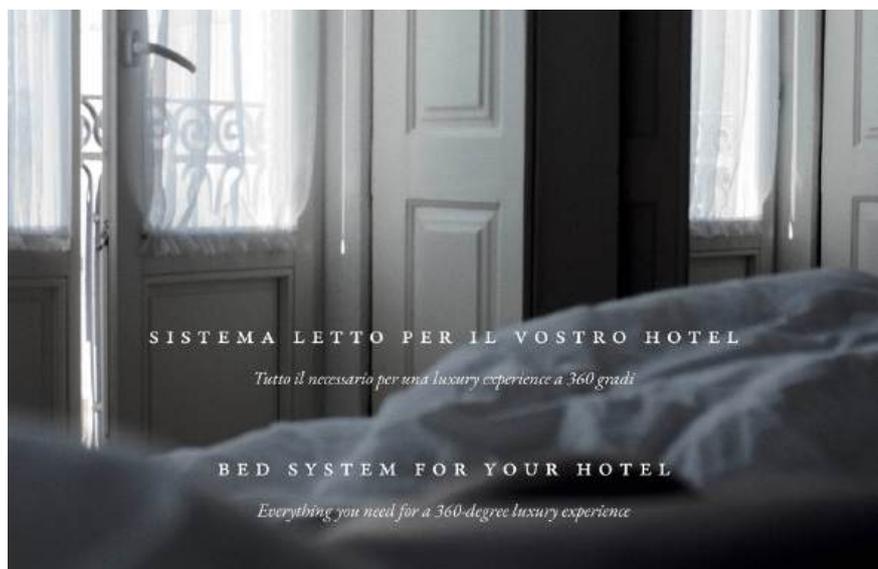
Via dell’Industria,10 | 35010

Borgoricco (PD) Italia

tel +39 049 5798190

fax +39 049 5798637

Carraro Materassi



1946
CARRARO
MATERASSI
VENEZIA

Occupazione Media



Cluster Mare Mensile



Cluster Montagna Mensile



Cluster Lago Mensile

**STAGIONE ESTIVA 2024**

(dato acquisito al 27 maggio 2024 e confronto vs. stessa data 2023)

Si registra un importante aumento del tasso di occupazione acquisito sia sul cluster Lago che sul cluster Montagna, più accentuato su settembre e, più in generale, all'allontanarsi dalla data di osservazione. Il cluster Mare, invece, risulta in leggera flessione rispetto alla stessa data 2023, probabilmente a causa delle condizioni meteo incerte che hanno caratterizzato la Stagione Primavera che volge al termine. Anche per quest'ultimo, però, la tendenza è positiva all'allontanarsi della data di osservazione e, nonostante il calo attuale della domanda su giugno, luglio e agosto, registriamo un delta positivo su settembre alla stessa data di osservazione 2023. La tendenza registrata soprattutto nei cluster Lago e Montagna può avere una

triplice lettura: aumento del tasso di occupazione, anticipo delle prenotazioni o entrambe le fattispecie sopracitate. Solo il dato consolidato, però, potrà dircelo con certezza.

Settembre, infine, risulta essere un mese sempre più in ascesa per quanto riguarda la domanda, prendendo ormai per assodato un allungamento della stagione estiva così come avvenuto negli ultimi anni, anche in sostituzione di inizi di stagione estiva con condizioni meteo spesso sfavorevoli.



Main Partners

BONFANTE
BUILDS IDEAS

GO WELFARE

UnipolSai
ASSICURAZIONI

Official Partners

alidem
L'ARTE BELLA FOTOGRAFIA

B A A P
bergamaschi

bubble
emotion

CARRARO
MATERASSI
VENEZIA

CEMI Network
BENESSERE INFINITO

cherry
bank

CLIMATERA
Outdoor Design

DOMUS
MANAGEMENT

Electrolux
PROFESSIONAL

GROHE

HBenchmark
Hospitality Data Intelligence

HoTy
THINKING ABOUT

Integrus

in out
THE CONTRACT
COMMUNITY

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

**McArthur
Glen**
Designer Outlet
Noventa Di Piave

NESPRESSO
PROFESSIONAL

NEXIDIA
— comunicazione | web | design

POLO
insieme a te in cucina

Life Is On | **Schneider**
Electric

Institutional Partners


CONFCOMMERCIO
IMPRESA PER L'ITALIA
VENETO


FIDI
IMPRESA & TURISMO
VENETO

Official Automotive Partner


Verona

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