

**● RELAZIONE CONSUNTIVA
anno 2013**

VILLA WIDMANN

PREMESSA

L'APT di Venezia su incarico della Provincia di Venezia, gestisce il compendio di Villa Widmann Rezzonico Foscari dal marzo 2003.

Negli ultimi anni la gestione e soprattutto la programmazione di attività da svolgersi presso la Villa è stata notevolmente condizionata dall'incertezza della disponibilità del bene da parte di APT. Infatti da alcuni anni la concessione per l'uso della villa viene prorogata con durata annuale e questo chiaramente limita la programmazione e gli eventuali investimenti che APT potrebbe fare. Conseguentemente la stagione 2013 si è chiusa in contrazione rispetto al trend positivo inaugurato nel 2003.

L'attuale orientamento spinge il management APT ad entrare in un'ottica di pianificazione di medio periodo acquisendo i risultati gestionali degli ultimi anni come nuovo punto di partenza e stimolo per il futuro

CONSIDERAZIONI GENERALI

Nonostante le limitazioni di cui sopra APT ha dato alla Villa una identità propria connotandola come prodotto turistico-culturale e location di eventi dotandosi anche di materiale informativo dedicato in 5 lingue (italiano, inglese, francese, tedesco e spagnolo) che però risulta datato e necessiterebbe di una completa rivisitazione sia grafica che di contenuti, magari aggiungendo qualche applicazione multimediale che possa contenere informazioni e soprattutto modalità di accesso alle informazioni tecnologicamente al passo con i tempi. Nonostante i numerosi solleciti alla proprietà per il recupero completo delle aree polifunzionali e per il rieallestimento del percorso museale secondo logiche di fruizione integrata degli spazi e alla migliore conservazione del giardino e del parco monumentale, non sono stati effettuati interventi significativi

Con l'attivazione del C.B. Provinciale APT ha inserito la struttura e relativi servizi sui mercati target individuati cercando così di dare una maggiore visibilità al bene.

Si è così arrivati ad una discreta visibilità sui mercati di riferimento rendendo la Villa apprezzata e riconosciuta come una delle più attraenti della Riviera del Brenta.

Il rapporto qualità prezzo dei servizi al turismo *leisure* e *business*, percepito come adeguato e in taluni casi addirittura vantaggioso, è un altro grande punto di forza.

Tali positività non sono però sufficienti a sostenere la domanda nel tempo.

Le presenze turistiche sono prevalentemente del mercato italiano, francese e mitteleuropeo. La clientela business esclusivamente del mercato italiano, circoscritto all'area veneta e del nord-est.

Il volume di numero utenti / numero utilizzi (e parallelamente il fatturato) è stato in continua crescita, salvo che per la passata stagione per le ragioni sopra esposte. In cifre:

Anno 2012 circa 27.100 visitatori oltre 59 gg per attività business (incluse le no-profit)

Anno 2013 circa 26.500 visitatori oltre 30 gg per attività business (incluse le no-profit)

Le attività di noleggio sale ha comportato l'ingresso di circa altre 10.000 persone al compendio Villa Widmann

ATTIVITÀ BUSINESS

Cliente principale sono state le aziende private e, tra queste, in particolare i clienti *fidelizzati* che conoscono la struttura e la sua facile raggiungibilità rispetto alle principali vie di comunicazione. Le attività principali: corsi di aggiornamento e/o meeting aziendali, servizi fotografici.

Da sviluppare il contatto con T.O. e PCO, pur in considerazione della difficile situazione economica e della difficoltà di attrarre questo tipo di clienti.

Di rilevanza, più per il contributo alla promozione e all'immagine del compendio che per il ritorno economico, le attività culturali ospitate in Villa o i meeting tematici.

Da riprendere il contatto con gli insegnanti per le attività didattiche che in passato hanno dato interessanti margini di reddito.

ATTIVITÀ LEISURE

Dal 2003 al 2010 il trend di crescita è stato costante principalmente grazie ad agenzie di viaggio italiane e tra queste le società di navigazione del Brenta, buoni anche i numeri del turismo *non organizzato* che offre ancora ampi margini di sviluppo. Chiude in negativo il 2013 per i problemi evidenti in premessa e a causa del momento di crisi economica che stiamo vivendo.

CONCLUSIONI

Per un miglioramento delle performances commerciali, il *feeling* del luogo percepito dal *guest* ricopre un ruolo chiave.

In tale ambito va ripensato e rivisto il rapporto Ente proprietario ed Ente Gestore in particolare per la manutenzione dell'immobile e dei servizi primari connessi (impiantistica, aree verdi, conservazione parte storico-monumentale)