

Valentina Corfani e Manuela Romano, giovani direttrici di un hotel e ristorante di Sirmione, raccontano l'attenzione costante verso l'estero attraverso i nuovi media.

# TURISMO SOCIAL

La condivisione di contenuti su qualsiasi argomento e di fotografie e video, la ricerca di vecchi-nuovi amici in rete e il desiderio di apparire e di trasmettere le nostre opinioni, sono parte integrante della nostra Cultura...



**O**ra tutti parliamo di FaceBook, Twitter, YouTube, portali di recensione (Tripadvisor, Holidaycheck...), portali di prenotazione (Booking, Expedia...) e affini che utilizziamo sempre di più sia privatamente che per promuovere la nostra attività. Infatti, affermano Valentina e Manuela, sono diventati tutti strumenti essenziali e veri e propri canali di vendita. Le ragazze hanno concentrato il proprio lavoro principalmente al rafforzamento della brand reputation dell'hotel e del ristorante (solo dall'anno scorso aperto anche alla clientela non alloggiata) e possono confermare che tutto ciò porta dei risultati tangibili! Basti pensare che in 2 anni, grazie a un lavoro di team molto importante, hanno posizionato l'Hotel al 9° posto nella classifica di gradimento tra

gli hotel di Sirmione stilata dal principale portale mondiale di recensioni e al 2° posto del più importante portale di recensione tedesco: grazie a questa visibilità hanno riscontrato un incremento di richiesta e una fiducia maggiore da parte di potenziali Clienti italiani e stranieri. Il Turista si è fortemente evoluto negli ultimi anni - si documenta, confronta, organizza il proprio viaggio nei minimi particolari e soprattutto si crea delle aspettative ben chiare che devono assolutamente trovare riscontro al momento dell'arrivo in loco. Inoltre vuole essere protagonista delle proprie scelte e non solo il destinatario di un'offerta commerciale. Valentina e Manuela sorridono quando ci spiegano che la maggior parte dei loro Ospiti richiede la password per la connessione WI FI ancora prima di conoscere tutte le altre

informazioni interessanti da approfondire durante il check in. Inoltre se per caso la rete wifi viene momentaneamente sospesa per manutenzione, ci spiegano, si scatenano scene di ansia e panico, perché sembra che nessuno possa più vivere offline. Manuela conferma che in passato era tutto diverso, c'erano liste d'attesa da un anno con l'altro, il passaggio casuale in hotel era molto frequente e i turisti spesso non conoscevano nulla della zona. Oggi, al contrario, capita che siano proprio loro a informare di eventi o locali interessanti che loro stesse non conoscevano; i clienti di passaggio sono già informati su tutte le offerte proposte online da tutte le strutture della zona e sono pronti per una vera e propria trattativa. E' impossibile esimersi da questa realtà: dobbiamo essere sempre tutti aggiornati sulle nuove

tecniche di vendita e dobbiamo cercare di adattarci a ciò che il mercato giornalmente chiede a pari passo con la sua evoluzione. Oggi il Cliente non desidera più solo una bella struttura, ma cerca un servizio impeccabile, professionalità e cortesia, un supporto costante durante tutto il soggiorno, desidera interagire tramite i Social... ovviamente tutto ciò deve essere disponibile a un prezzo super competitivo! E chiaramente il "bazar" delle tariffe non può essere imbrogliato, visto che è consultabile in tempo reale su internet. Quindi Valentina e Manuela che investono molto tempo nel cercare di gestire tutti questi canali di vendita con la massima flessibilità, sperano che questo impegno continui a portare le soddisfazioni raccolte anche nella prossima stagione 2014... Avanti tutta ragazze!

## BALDO festival UN'ORCHESTRA MULTICULTURALE PER IL BALDO-GARDA

Nasce nella sponda veronese un'interessante proposta per offrire al territorio una concreta e positiva espressione di potenzialità e dialogo tra culture attraverso la musica.

Il progetto elaborato da BALDO festival punta a creare un ensemble musicale di persone immigrate e italiane, per realizzare spettacoli musicali e arrivare alla fine di questo percorso a costituire una micro-impresa musicale gestita dagli stessi musicisti e dalle associazioni che hanno avviato il progetto. Il piano di lavoro, messo a punto anche con la collaborazione dell'Ufficio Stranieri dell'USSL 22 e dei maestri d'orchestra Marco Pasetto e Tommaso Castiglioni, vuole creare una valorizzazione e un dialogo aperto tra le diverse culture attraverso l'arte della musica, della danza e del coro. Da qualche giorno sono in distribuzione, sul territorio del Baldo-Garda, le schede del progetto, che si possono trovare nelle biblioteche comunali, negli uffici degli assistenti sociali e degli educatori territoriali e nel distretto sanitario dell'ULSS 22 di Bardolino. La scheda ha due scopi: su una facciata offre informazioni sul progetto, numeri di riferimento per maggiori informazioni, sia in italiano che in inglese. Sul retro dà la possibilità di proporsi per un'audizione a chi ha anche un minimo di abilità nell'uso di uno strumento. La scheda contempla anche audizioni per la danza e il coro: com'è noto nel mondo musicale dei paesi africani, dell'est europeo e di lingua spagnola, in genere l'orchestra si accompagna anche con queste espressioni artistiche e l'obiettivo di questo progetto è di mantenere le tradizioni di tipicità di queste aree del mondo, da fondersi con il nostro. Il progetto generale si completerà nella primavera del 2014 con la costituzione di laboratori interculturali nelle scuole primarie e secondarie del Baldo-Garda. Verranno realizzati 20 laboratori interculturali per circa 400 alunni. In previsione laboratori creativi di scrittura, musica, espressione corporea, ritmo, suoni e danza.

Informazioni sul sito di BALDO festival ([www.baldofestival.org](http://www.baldofestival.org)) e Cestim ([www.cestim.it/orchestra](http://www.cestim.it/orchestra)) per l'orchestra multiculturale; per i laboratori interculturali contattare [rete@tantetinte.it](mailto:rete@tantetinte.it)