



anno 2010

RELAZIONE CONSUNTIVA

- considerazioni generali
- attività *business*
- attività *leisure*
- conclusioni e proposte

CONSIDERAZIONI GENERALI _____

Il 2010, con circa un centinaio di attività (profit e no-profit) ospitate chiude in leggera contrazione rispetto al 2009 (chiusosi con 115 attività profit e non-profit) motivato oltre che dalla difficile situazione economica da una certa instabilità sulla decisione di prorogare ad APT la gestione del compendio .

In aumento gli accessi turistici che passano dai circa 36.690 del 2009 a quasi 37.400 pur registrando un fatturato pressoché identico (-41,00 euro nel 2010 rispetto al 2009). L'aumento è dovuto principalmente all'aumento del numero dei visitatori arrivati con i Battelli di navigazione.

ATTIVITÀ BUSINESS _____

Il *cliente principale* rimane Forma s.a.s., che utilizza la Villa per i corsi di aggiornamento e i convegni medici con un'occupazione quasi continuativa della struttura nei 12 mesi senza richiedere un particolare sforzo in termini di personale. Il cliente è fedele grazie ad un trattamento economico di favore pur non rispettando i termini di pagamento.

Oltre a *Forma* non vi sono altri clienti *abituali* della Villa anzi, tranne Provincia e Regione, le altre richieste provengono *spot* da aziende, associazioni, agenzie, ...Va segnalato che la Villa non ha un programma di promozione strutturato, vive principalmente sul *passaparola*.

In contrazione, come da indicazioni del Consiglio APT gli eventi nuziali, il cui mancato introito di fatto ha comportato per la prima volta un disavanzo economico di oltre 14.000 euro.

Da incentivare invece i *foto nozze* che non impegnano particolarmente né la struttura né il personale, offrendo buoni margini di guadagno.

In contrazione anche i clienti *privati*, che utilizzano la villa principalmente per feste di compleanno o di laurea. La chiusura della sede di Oriago del corso di laurea in Economia Turistica, ha sicuramente contribuito a ridimensionare la richiesta (con l'Università era prevista una convenzione).

Di rilevanza più per il contributo alla promozione del compendio che per il ritorno economico, le attività culturali ospitate in Villa (premio giornalistico Alfio Menegazzo, Mostra della Piante Carnivore...).

Completamente assenti le attività didattiche, sono da riprendere e sviluppare perchè offrono interessanti possibilità economiche come dimostrato da precedenti esperienze.

ATTIVITÀ LEISURE _____

Nel 2010 si riconferma la maggiore attenzione dimostrata dalle agenzie viaggio nazionali e una presenza sempre maggiore dei gruppi dei Battelli.

In leggera contrazione la presenza di turisti "singoli" settore che permette ampi margini di crescita soprattutto nei mesi di apertura (marzo - aprile) e di coda (ottobre – novembre) della stagione.

CONCLUSIONI E PROPOSTE _____

Villa Widmann, per i risultati conseguiti risulta essere ben posizionata nei mercati di riferimento sia per le attività di *business* che per le attività *leisure* (questo grazie anche alla promozione attraverso i canali istituzionali dell'APT).

Come già segnalato nelle precedenti relazioni consuntive, i due segmenti offrono ancora interessanti margini di sviluppo da attuarsi attraverso azioni di promozione tradizionali ma soprattutto attraverso azioni mirate.

Non da ultimo la messa on-line di un sito internet dedicato in grado di offrire una panoramica quanto più esauriente sugli spazi e sui servizi disponibili. Il sito istituzionale APT si dimostra insufficiente a creare contatti commerciali.

Sarebbe auspicabile proporre un circuito di visita delle Ville sull'eredità del *Pass Ville* e soprattutto prevedere un biglietto convenzionato per i trasporti pubblici.

Per quanto riguarda il personale in servizio, le unità dedicate nel 2009 risultavano essere sufficienti ricordando che la cooperativa in servizio per visite guidate e biglietteria era di supporto nei primi contatti con i clienti (sopralluoghi, contatti telefonici, ...).

Codice	Ricavi	Importo
	301 - TRASFERIMENTO FONDI	
	302 - VENDITA OGGETTISTICA - KIT - LIBRI -	2.085,53
3.020.010	302.0010 Libri, oggettistica	1.936,03
3.020.020	302.0020 Kit ed editoria propria	149,50
	305 - ALTRI PROVENTI	137.722,16
3.050.040	305.0040 Noleggio sale e servizi	38.674,50
3.050.050	305.0050 Visite Guidate	84.591,00
3.050.060	305.0060 Servizio Catering	1.940,00
3.050.080	305.0080 Altri ricavi e proventi	12.500,00
3.050.090	305.0090 nolegggio targhe	16,66
	307 - PROVENTI STRAORDINARI	189,83
3.070.010	307.0010 Sopravvenienze attive	189,83
	Totale Ricavi	139.997,52
	Differenza	- 14.334,63
	Totale Costi	154.332,15

Codice	Costi	Totale
	401 - PER MATERIE PRIME	3.579,47
4.010.010	401.0010 Merci c/acquisti	225,00
4.010.020	401.0020 Materiale di consumo c/acquisti	806,50
4.010.021	401.0021 Spese minute indeducibili (scontrini)	564,53
4.010.040	401.0040 Attrezzatura Minuta c/acquisti	238,44
4.010.070	401.0070 Cancelleria c/acquisti	1.745,00
	403 - COSTI PER SERVIZI	140.020,07
4.030.020	403.0020 Pubblicità & propaganda	833,33
4.030.060	403.0060 Energia Elettrica	17.229,83
4.030.070	403.0070 Gas	13.077,96
4.030.080	403.0080 Acqua	978,38
4.030.090	403.0090 Spese telefoniche & fax	1.782,84
4.030.130	403.0130 Cooperative diverse Villa Widmann	65.392,60
4.030.140	403.0140 Servizi di pulizia	9.463,70
4.030.160	403.0160 Costi gestione automezzi	570,00
4.030.170	403.0170 Manutenzione varie	21.460,39
4.030.200	403.0200 Prestazioni di terzi	8.741,00
4.030.350	403.0350 Spese varie	490,04
	406 - ONERI DIVERSI DI GESTIONE	9.745,22
4.060.020	406.0020 Tassa sui rifiuti	2.248,04
4.060.031	406.0031 Diritti Siae	167,14
4.060.040	406.0040 IVA pro rata	6.866,05
4.060.080	406.0080 Costi indeducibili	463,99
	407 - AMMORTAMENTI	987,39
4.070.010	407.0010 Ammortamenti impianti	987,39
	Totale costi	154.332,15
	Differenza	- 14.334,63
	Totale ricavi	139.997,52