

### TERME DI RABBI S.r.I.

Soggetta a direzione e coordinamento da parte del Comune di Rabbi ai sensi dell'art.2497bis C.C.
Partita Iva e Iscr. Reg. Imp. 01649320221 −
Isc.R.E.A. n.166910/1999 −
Capitale sociale interamente versato
€ 244.943,20

TERME DI RABBI
Tel. 0463.983000 Fax 0463.985070
mail: info@termedirabbi.it

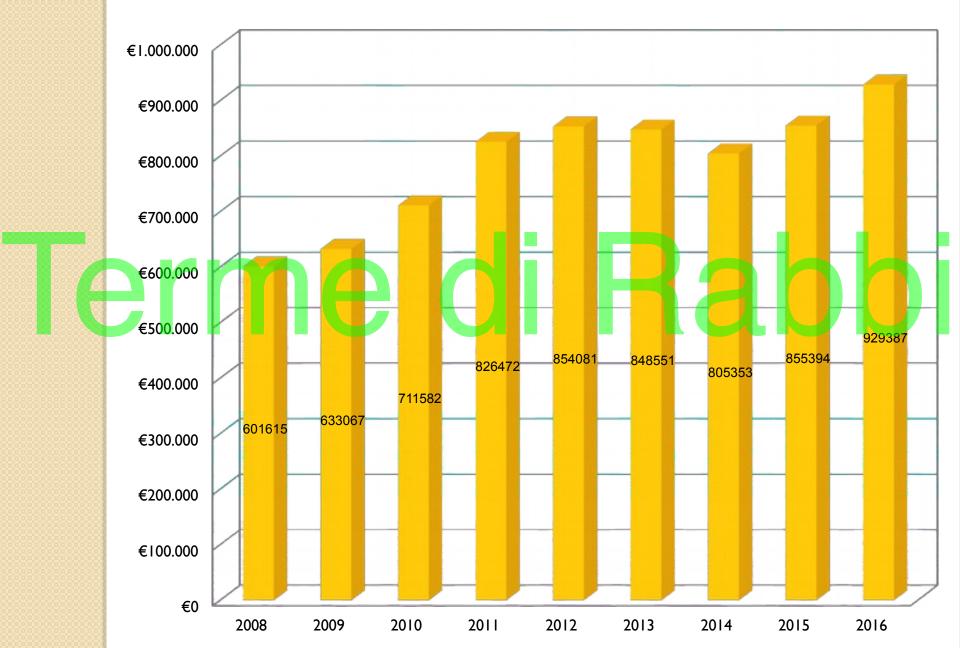
GRAND HOTEL RABBI
Tel. 0463.983050 Fax 0463.985571
mail: info@grandhotelrabbi.it
Località Fonti di Rabbi,162 – 38020 TN –
www.termedirabbi.it

# Assemblea dei Soci MAGGIO 2017

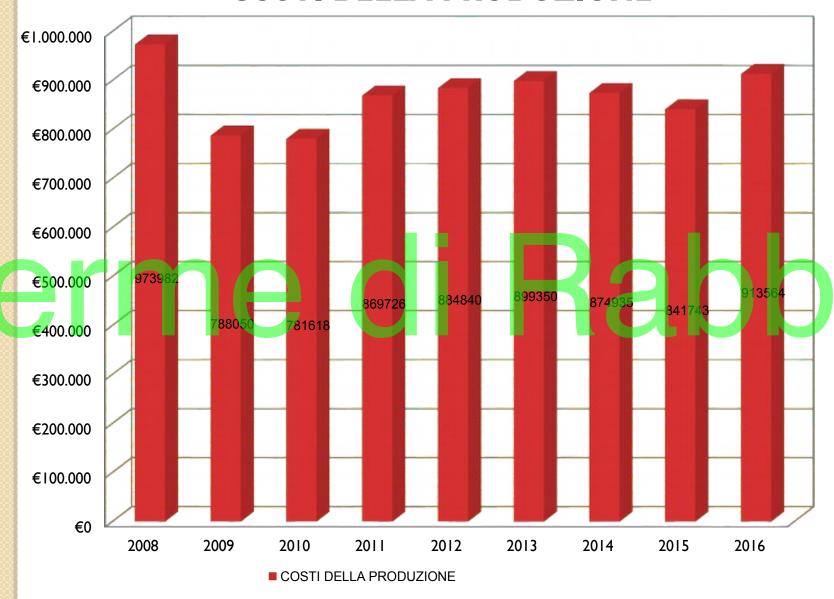
### **RISULTATI DI ESERCIZIO**



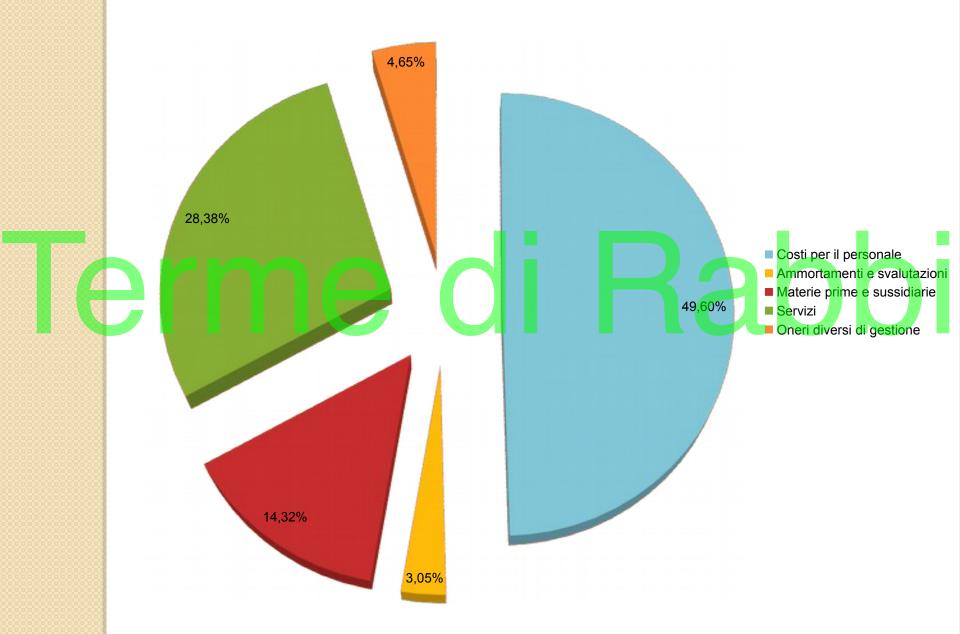
# **RICAVI COMPLESSIVI**



# **COSTI DELLA PRODUZIONE**

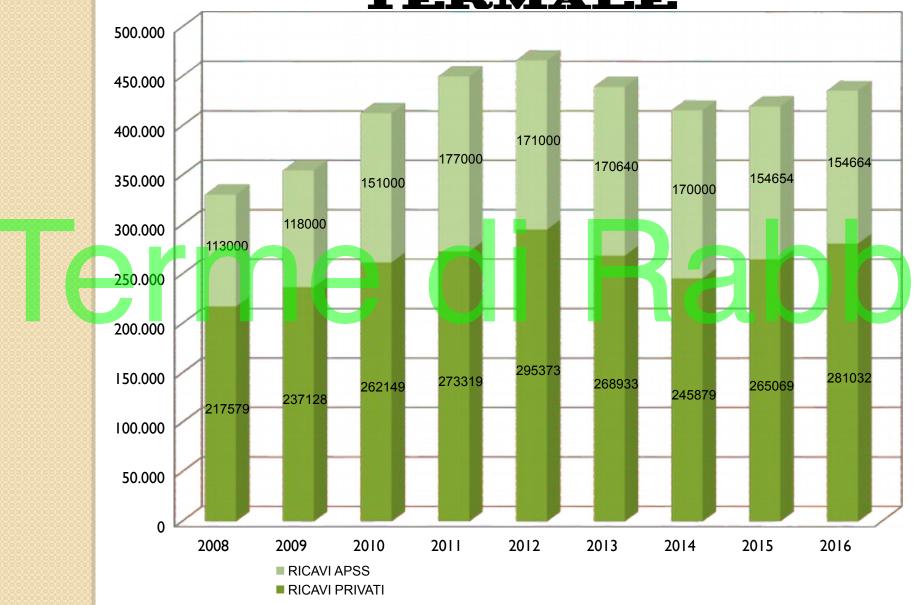


# **CENTRI DI COSTO 2016**

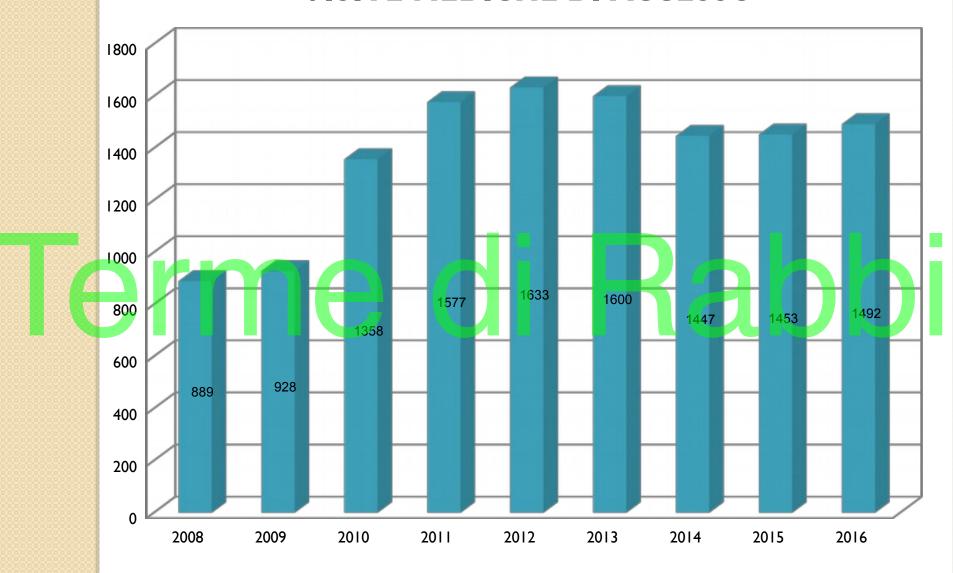


# RICAVI DELLO STABILIMENTO

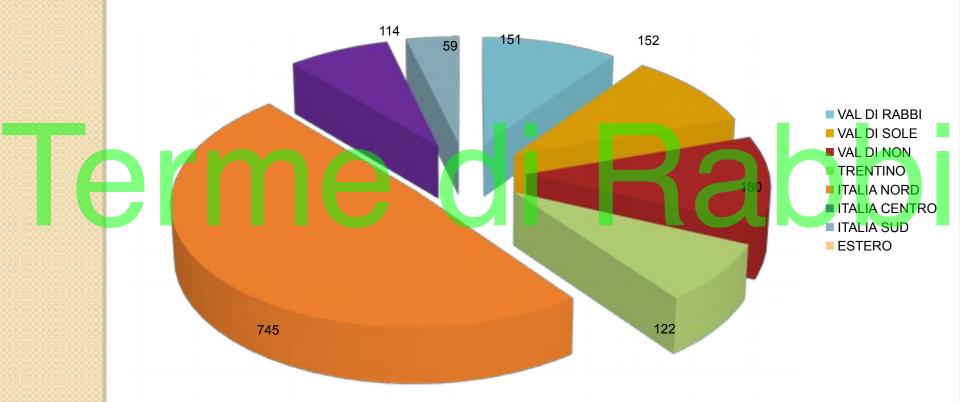




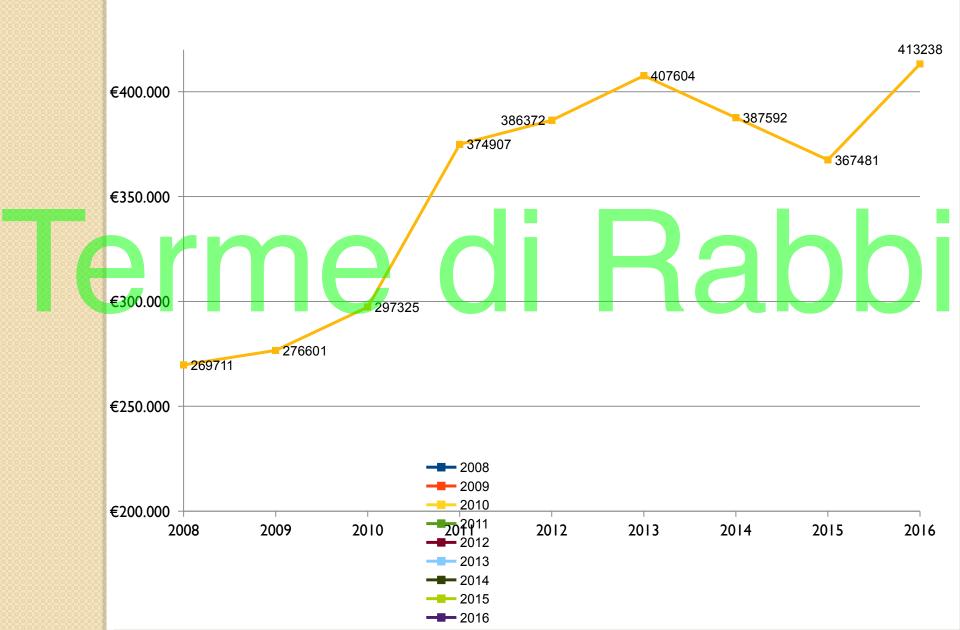
# **VISITE MEDICHE DI ACCESSO**



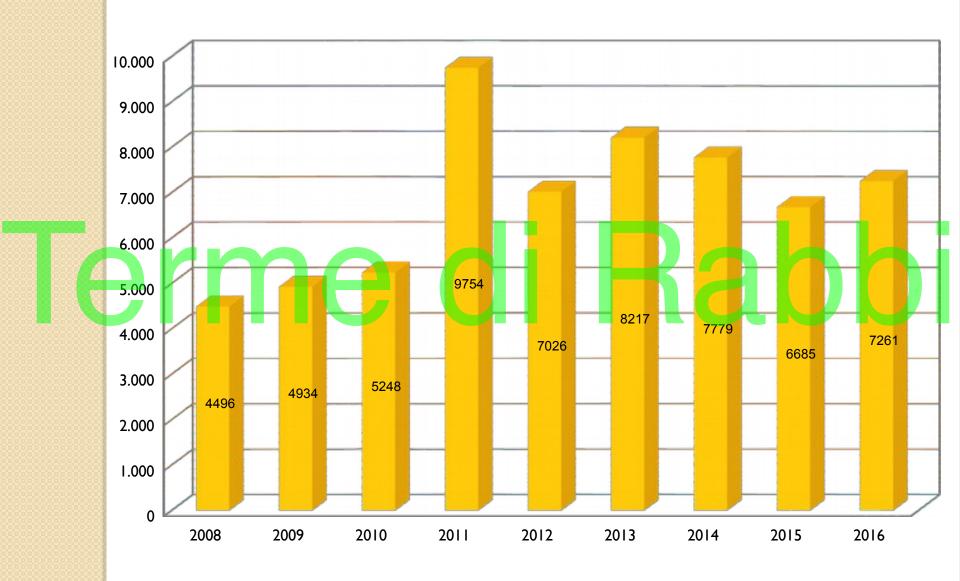
## **CLIENTI TERMALI**



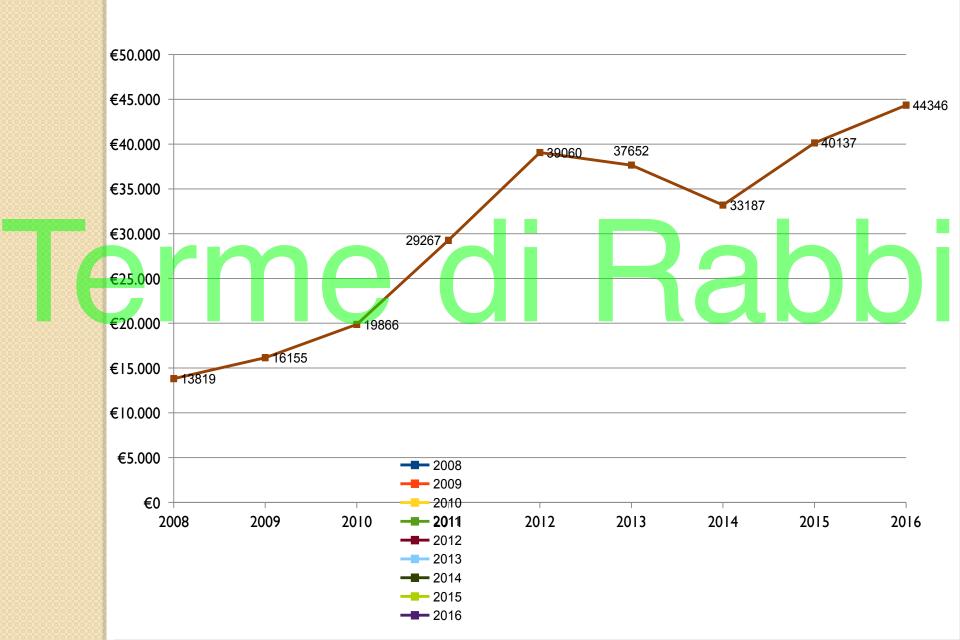
# **RICAVI HOTEL**



# PRESENZE COMPARTO ALBERGHIERO



### **INCASSI BAR**





Rabbi ai sensi dell'art.2497bis C.C.

Partita Iva e Iscr. Reg. Imp. 01649320221 –

Sec. F. E. A. n.166910/1999 –

Capitale sociale interamente versato

€ 244.943,20

CLUBITE DI RABBI Tel. C463,983000

5463,983000 68-52 463,985070 mail:

info@termedirabbi .it

GRAND HOTEL SESSON

info@example totels

Località Fonti di

38020 TN www.termedirab bi.it

### IL MERCATO

### **IERI**

Vado alle Terme di Rabbi per il contesto naturale rilassante, per la struttura vecchiotta ma accogliente, per il personale storico che conosco bene e mi fa sentire a casa e soprattutto per la bontà curativa delle acque. Sono un cliente che ha poche esigenze di intrattenimento.

# DA OGGI E DOMANI

scelgo Terme di Rabbi Hotel perché è un centro termale integrato, dove io sono posto al centro. Trovo un ambiente curato ed accogliente, essenziale ma con una filosofia coerente. Tutto è pensato perché io mi possa rilassare e, come attore protagonista, possa recuperare le energie perse in un difficile anno di lavoro. Al termine della vacanza mi sento rinato. Tutto vibra positivamente e mi fa sentire parte di un flusso ascensionale verso uno stato di benessere vero, reale. Ho trovato un angolo di paradiso dove persone umili ed autentiche si prendono cura professionalmente di me e dove provo piacere in ogni azione della giornata.. dal sorgere del sole al sorgere della luna!

### I SEGMENTI DI MERCATO

**Sportivi** – a seguito dello studio medico in collaborazione del CeRISM e l'università di Verona vogliamo offrire pacchetti termali per sportivi outdoor – approccio benessere. Target: bikers, escursionisti. Spirito activity.

**Famiglie** – fin ora questo target non è sviluppato. Puntiamo a famiglie dal reddito medio alto sensibili alle tematiche ambientali e dello sviluppo sostenibile. Per i propri bimbi questi genitori cercano laboratori didattici ed esperienziali, non solo parchi di divertimento. Spirito esperienziale.

**Benessere** – approccio olistico al benessere unendo pratica termale e attività ricreatavi – rigenerative. Corsi di yoga, manipolazioni, offerta curativa specifica per patologie. Vogliamo puntare ad una veste moderna ed accattivante della pratica termale con una forte attenzione al concetto di natura e naturalità. Spirito natural slow.

**Cura** – risponde alla categoria del nostro cliente storico per il quale pensiamo a servizi sempre più performanti (es. Tecar, Impedenzimetro, specialisti termali di diverse branche). Riteniamo che tale segmento, come già detto in calo, possa essere incrementato attraverso l'educazione al benessere, con strumenti simili al target precedente. Ricordiamo che attualmente ricadono in questo segmento l'85% dei nostri ospiti.

### IL NUOVO CONCEPT

### UNICITA' DEL TERRITORIO E DEL COMPLESSO TERME DI RABBI HOTEL

Abbiamo definito 7 elementi caratteristici che contribuiscono alla creazione di una proposta di valore:

- la Val di Rabbi esprime energia e vitalità in ogni suo angolo verde;
- la comunità esprime con orgoglio un forte attaccamento alle radici e alla tradizioni montane;
- la natura è rigogliosa e padrona incontrastata dei ritmi e dei riti delle genti;
- l'aria pura e fresca scende a Valle ricca di energia e vitalità rigeneratrice;
- il silenzio dell'uomo lascia spazio alla sinfonia del bosco e dei suoi abitanti;
- i servizi voluti dall'uomo rispettano madre natura, valorizzandola con saggezza;
- l'acqua è vita perché è energia, lavoro, salute ed emozione.

# La vacanza è piacere:

- di essere se stessi, di riconoscersi e di ritrovarsi proponiamo servizi personalizzati;
- di vivere in armonia con la natura proponiamo attività lente e dinamiche per scoprire la pace, la tranquillità e le emozioni che sa donare la Val di Rabbi, piccola perla verde del Parco Nazionale dello Stelvio;
- di gustare e assaporare proponiamo piatti della tradizione con prodotti a km0 e biologici;
- di respirare intensamente proponiamo passeggiate con soste "mozza fiato" per prendere il fiato vero;
- di muoversi in libertà escursioni guidate e ed attività coinvolgenti;
- di prendersi ... in cura un centro termale curativo che unisce scienza e tradizione per stare bene;
- di condividere spazi e tempi per rigenerare corpo e mente.

### IL LOGO E LA GRAFICA COORDINATA











### LA DECLINAZIONE DEL CONCEPT NEI REPARTI

La vibrazione positiva viene rappresentata come una spirale ascendente che porta l'uomo, il centro del nostro pensiero, verso il benessere e la cura di sé attraverso, diverse attività che noi proponiamo. Abbiamo scelto degli abbinamenti cromatici che favoriscano la comprensione degli elementi stessi da parte degli ospiti e che aiutino noi nelle scelte di arredamento, comunicazione ed adesione. Gli elementi sono:

```
respiro – metabolismo energetico (viola)
acqua – fonte di vita, dono degli dei, cura dell'anima. (azzurro)
natura- fonte primaria di emozioni e suggestioni (verde)
nutrimento – siamo ciò che mangiamo (giallo)
movimento – energia puro per corpo e mente (arancione)
condivisione – caratteristica fondamentale per una vacanze in armonia. (rosso)
pensiero – nutriamo lo spirito e la mente con saperi genuini (blu)
```

	COMUNICAZIONE	CAMERE
	Logo, Listini , Sito, Servizio fotografico , Campagna Fb, Newsletter, Piano	Kit tematico, Info Book, Espositore depliant, Vaso con prodotti naturali, Lampada
	marketing , Creare, blog tema benessere, Booking engine, Attenzione SEO e	con prodotti naturali, Cuscini cirmolo, Profumo alpino, Quadri con foto ambiente,
	pagine atterraggio. , Google analitics	Tazza con custodia in feltro, Piumini, Lampade moderne per letture
	Tener aggiornato Feratel (att.ne doppie uso singole – vendere a prezzo	
	maggiorato ma vendere!) Mettere soluzioni prenotabili sempre.	
	Daily news dell'Apt. Attivare servizio	
	ANIMAZIONE	HALL HOTEL
	Lenta (serata con candele, passeggiata a piedi nudi, abbraccio alberi, ascolto del	Bacheca info con prenotazioni, Omaggio arrivederci del territorio, Procedura
	silenzio, respiro è vita, stretcing dei meridiani), Veloce , Culturale, Party time,	accettazione con angolo giochi bimbi con i sassi e accompagnare il cliente in camera,
	Baby sitter	Shop prodotti locali, Impianto musica, Arredi hall con materiali naturali
	BAR	HALL TERME
	Permesso funghi, Cartello info acqua termale, Birre artigianali, 7 cocktail del	Cuscini con logo, Gerle con rami di luce, Impianto musica, Bancone, Questionari di
	benessere,, Serate degustazione, Menù bar, Nome bar / insegna, Piati di <mark>pa</mark> ne,	gradimento, Opera illuminata per entrare nel locale mescita, Gestione flussi
	Tavolini per pranzi, Libreria	
BBB BBY 4	TERME	RISTORANTE CUCINA
	Grotta di sale, Area relax, Restailing pasi termale, Area estetica, Logo nel locale	Rastrelliera per fumatori fuori cucina, Corso cucina vegana, Buffet con acque
	mescita, Corner per pareri e massime, Fonte residenti chiusa, Aufuss, 7 essenze	energizzate , Segnaposto ceramica con nome, Menù con indicazione Vega e Vege e
	per la sauna, 7 tisane	bio, Cenone ferragosto tutto bio
	Peeling nel bagno turco con prod naturali, Segnalibro 7 buoni consigli del	
	dottore, Indicazioni ai piani, Nuova gestione accappatoi, Individuazione e	
	valorizzazione desk accettazione, Arredo locale mescita, Primo piano creazione	
	accettazione	
	ОТА	HOTEL
	Mantenere prezzo più alto che per vendita diretta e pacchetto base. Per le	Offerta per bikers, Per family, Per escursionisti, Per termalismi
	vendite dirette mettere vantaggi e dare più valore alle cose: acqua gratuita,	Benessere, Formazione su accoglienza, Mansionari, Format per risposta secondo
	weekend romantico	targhet, Enfatizzare la trasformazione con i sassolini, Diario delle esperienze
		dell'ospite, Foto delle attività del giorno proiettate la sera, Corso nordic walking
	ESPERIENZA	MARCA
	Creare la piattaforma esperienziale lungo tutti i punti di contatto	Immagini per far sognare
	Posizionamento: compromesso tra essenza e flessibilità, stile e sostanza, tempo	Devo raccontare una storia (vision): la comunicazione orienta l'impresa (l'impresa
	Il cliente è multimotivazionale	crea la storia e la storia vissuta dal clienti crea l'impresa). Non posso raccontare

### **GLI STRUMENTI**

Piano strategico 2.0, Paino Marketing 2.0 Controllo di Gestione.

Questi sono strumenti che servono ad individuare la direzione futura, ad indentificare gli strumenti necessari e a controllare i risultati ottenuti.

All'interno di questi documenti troviamo:

- la definizione di chi siamo
- analisi SWOT
- Business Model Canvas
- Ballance scorecard
- Analisi del mercato e dei competitors
- Le azioni e gli interventi per realizzare il concept
- Un piano di comunicazione integrata sito internet, cartaceo, social network
- Politiche di prezzo e di distribuzione
- Indicatori di performance e verifica dei risultati.

### LA SQUADRA

RICEVIMENTO TERME: Cinzia e Milena

TECNICO: Mauro

OPERATRICI TERMALI: Paolina, Loretta, Graziella, Monica, Carla, Samulea

MASSO-FISIOTERAPISTI: Marco, Giorgia, Mattia, Khaled, Rosi, Emilio, Elena

ESTETISTA: Anita

MEDICI: Tosto, Brentari, Gentilini, Russo

RIVENIMENTO HOTEL: Daniela e Angela

PIANI: Rosalba, Pia e Maria

BAR: Sonia e Sara

SALA: Alberto, Luisa, Giorgia, Giada, Chiara

CUCINA: Nicola, Sandro, Marco, Maribel, Maura

ANIMAZIONE: Maddalena

### LE COLLABORAZIONI

Rabbi

- APT
- RABBIVACANZE
- MULINO RUATTI
- PARCO NAZIONALE DELLO STELVIO
- SCI CLUB
- STRADA DELLA MELA
- ANKAMOKI SPOTTI

### **AZIONI COMMERCIALI:**

- CASSE RURALI
- BUS DEL NATURALE BENESSERE SCOPRIAMOI TESORI DELLA VALLE

### ADEMPIMENTO BUROCRATICO AMMINISTRATIVO LEGGE 231

La Società sta proseguendo nel percorso di adozione del Modello Organizzativo per le Società Private volto a prevenire la responsabilità penale degli enti (ex d.lgs.n.231/2001).

Oltre al Piano anticorruzione e il piano per la trasparenza (d.lgs. 190) per le Società pubbliche, partecipate e controllate la società ha adottato le seguenti procedure:

- Procedura per la selezione dei fornitori e la gestione delle merci
- Procedura Finanziamenti Pubblici
- Procedura assunzioni e Valutazioni del personale

## ASSOCIAZIONE TERME

# Campi di azione:

- Sanità
- Turismo
- Formazione
- Mobilità sanitaria

