

## ***Biasuzzi investe 40 milioni per rinnovare i villaggi BiHoliday***

07 Febbraio 14:32 2024 da Redazione BiHoliday a gonfie vele. Sull'onda di un 2023 che ha visto il fatturato superare i 30 milioni di euro (+15% sul 2022 e +43% rispetto al 2019), il gruppo della famiglia Biasuzzi lancia un masterplan di oltre 40 milioni per rinnovare i villaggi, mentre la nuova stagione si preannuncia in ulteriore crescita. Il prossimo 24 aprile apriranno le porte del villaggio San Francesco di Caorle (Ve) edel Bi-Village di Fazana in Croazia, mentre fioccano le prenotazioni: a oggi +29% al San Francesco e + 32% al Bi Village rispetto allo stesso periodo del 2023. Annunciati anche i nuovi camp in collaborazione con la squadra di Lega Volley Serie A, Campione d'Italia, Imoco Volley, e con la squadra di Lega Basket A, Treviso Basket. Nel complesso il mondo BiHoliday vale oltre 1,2 milioni di presenze, a conferma del sempre maggiore interesse del turista verso la vacanza all'aria aperta. Per quanto riguarda le presenze, sul fronte Bi-Holiday gli italiani e i tedeschi, seguiti da austriaci, danesi e olandesi, rappresentano le principali georeferenze. Tra i Paesi in crescita da segnalare Repubblica Ceca, Polonia e Inghilterra. I dati nazionali raccontano di una stagione lunghissima grazie al meteo favorevole, dove si sono raggiunti gli 11 milioni di arrivi, per un totale di presenze di poco inferiore ai 70 milioni. Un numero che porta l'open air saldamente al secondo posto, dopo gli alberghi, nella scelta della modalità turistica italiana e tra i primi a livello europeo. Intanto, l'ad di BiHoliday, Maurizio Biasuzzi, ha annunciato il progetto che rivoluzionerà i villaggi: «Lo completeremo entro il 2030 e renderà le nostre strutture ancora più straordinarie. La timeline dei lavori è stata studiata per incunearsi nelle pause tra le varie stagioni senza penalizzare in alcun modo l'attività turistica». «Si tratta di un Masterplan che a breve presenteremo nel dettaglio - ha aggiunto il gm di BiHoliday, Tiziano Baggio - e si svilupperà all'insegna di una bellezza sostenibile, portando i nostri ospiti a godere di un'esperienza di soggiorno capace di coniugare stile, design, cura del dettaglio e una pluralità di attività e di ispirazioni attraverso le quali il brand BiHoliday saprà raccontare storia e cultura di un territorio». Avviato anche un percorso per la formazione del personale e per la sua stabilizzazione, come ha spiegato Ilenia Cherubin, sales & marketing manager del gruppo: «La complessità della situazione attuale ci ha spinti a varare da alcuni anni la Bi-Academy, un ente di formazione interno sviluppato con il Ciset, che ci consente di formare il personale prima che inizi la sua esperienza in struttura. L'obiettivo è fidelizzare il più possibile il team che lavora nelle nostre strutture». Lo staff BiHoliday è composto da 190 persone: il 45% è fisso e impiegato a tempo pieno (50% uomini, 50% donne), mentre il 60% del top management vede donne ricoprire i ruoli chiave. L'Autore Redazione