

ALMAVIVA

17/10/2022	agenparl.eu	1 partnership Data Appeal Company Sonders&Beach Group	...	1
14/10/2022	travelquotidiano.com	1 Sonders&Beach avvia la partnership con The Data Appeal Company	...	3

[Link: https://agenparl.eu/2022/10/14/partnership-data-appeal-company-sondersbeach-group/](https://agenparl.eu/2022/10/14/partnership-data-appeal-company-sondersbeach-group/)

LIVE Update from GOV.UK for: 8 things you should know about your student loan

Facebook Twitter LinkedIn

lunedì, 17 Ott 2022 16:12



Home Editoriali Internazionali Mondo Politica Economia Regioni Università Cultura Futuro Sport & Motori

Home » partnership Data Appeal Company Sonders&Beach Group

14 Ottobre 2022—By Redazione

partnership Data Appeal Company Sonders&Beach Group

ECONOMIA



(AGENPARL) – ven 14 ottobre 2022 Partnership tra The Data Appeal Company e Sonders&Beach

L'accordo prevede la costruzione di una piattaforma in grado di misurare il sentiment inclusivo degli operatori e delle destinazioni turistiche

Il 2022 segna per il turismo LGBTQ+ italiano un anno da ricordare per la Convention IGLTA di Milano (dal 26 al 29 ottobre) e per tutti i passi che sono stati fatti in vista di questo evento internazionale.

L'Italia ha infatti lanciato il primo programma di certificazione al mondo per operatori, alberghi e destinazioni sui temi del Diversity, Equity & Inclusion, denominato QueerVadis Certified®, in collaborazione con RINA – Ente di certificazione internazionale. Un label riconoscibile in tutto il mondo a cui hanno aderito già importanti realtà come ad esempio

ALMAVIVA

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 2139

GruppoUNA Hotels, ENIT, Best Western, Leonardo Hotels.

In occasione di TTG Incontri Sonders&Beach annuncia con The Data Appeal Company, società del Gruppo Almayave, lo sviluppo del primo Index LGBTQ+ al mondo per la misurazione del sentiment online rispetto ad operatori turistici e territori sui temi del Diversity&Inclusion Program.

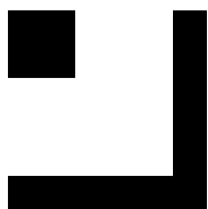
Sonders&Beach ha siglato, infatti, una partnership con The Data Appeal Company per lo sviluppo di un tool dove si potrà verificare la percezione online di una destinazione, della ricettività e degli operatori turistici che vi operano per l'accoglienza turistica dal punto di vista dell'inclusione, basandosi sul protocollo già in atto per il label QueerVadis.

“Entrambe le nostre aziende sono da anni attente ai temi dell'inclusione sociale. Questo progetto è nato un anno fa da una semplice chiacchierata con l'a.d. Mirko Lalli in cui abbiamo deciso di mettere assieme le rispettive competenze: da un lato The Data Appeal Company, con le sue competenze nella misurazione e l'analisi avanzata dei dati e dall'altro Sonders&Beach con il suo know-how ventennale sui temi della sostenibilità sociale e l'inclusione nell'industria turistica.” Ha dichiarato Alessio Virgili – CEO Sonders&Beach.

“Il nostro turismo ha bisogno di poter contare su servizi, strutture e mete realmente inclusivi e aperti, in linea con le priorità dei viaggiatori contemporanei. Per questo siamo molto soddisfatti di poter collaborare a un progetto tanto ambizioso quanto necessario: offrire la possibilità agli operatori e alle destinazioni di misurare e dimostrare attraverso i dati e l'intelligenza artificiale il proprio impegno nel costruire spazi ed esperienze inclusive nel vero senso del termine” conferma Mirko Lalli, CEO e founder di The Data Appeal Company e Chief Group Digital Strategy Officer di Almayave.

La piattaforma unica nel suo genere in Italia è essenziale per comprendere l'immagine turistica del nostro Paese a livello internazionale e si basa su tecnologie di Intelligenza Artificiale e big data analysis. Si tratta di un importante passo avanti nella valutazione e valorizzazione dell'offerta italiana, strumento di innovazione e di miglioramento continuo, integrabile nelle strategie commerciali e di branding per qualsiasi organizzazione turistica, che intenda distinguersi per azioni concrete e verificabili di ospitalità ben profilata per il viaggiatore LGBTQ+.

Responsabile Comunicazione & PR



THE DATA APPEAL COMPANY

[partnership](#) [sonders&beach](#)

SHARE.



Redazione

Link: https://www.travelquotidiano.com/mercato_e_tecnologie/sondersbeach-avvia-la-partnership-the-data-appeal-company/tqid-432263

Giornale di interesse professionale per il turismo



Scopri i nuovi tools per il tuo business

- ✓ Decidi e imposta la tua fee sui voli
- ✓ Gestione autonoma dei cambi volo



Home Chi siamo Newsletter Reportage Eventi&Webinar Eventi Virtuali Tove Lavoro Pubblicità **Cerca**

In Evidenza Trasporti Tour Operator Alberghi Enti, istituzioni e territorio Mercato e tecnologie Estero Incoming **Tutte le ultime notizie**

Sonders&Beach avvia la partnership con The Data Appeal Company

0 14 ottobre 2022 15:00



Alessio Virgili

Sonders&Beach annuncia la partnership con **The Data Appeal Company**, società del Gruppo Almagave, per lo sviluppo del **primo Index LGBTQ+** al mondo per la misurazione del sentiment online rispetto ad operatori turistici e territori sui temi del **Diversity&Inclusion Program**. Un tool per verificare la **percezione online di una destinazione, della ricettività e degli operatori turistici** che vi

operano per l'accoglienza turistica **dal punto di vista dell'inclusione**, basandosi sul protocollo già in atto per il label **QueerVadis**.

"Entrambe le nostre aziende sono da anni attente ai temi dell'inclusione sociale. Questo progetto è nato un anno fa da una semplice chiacchierata con l'a.d. Mirko Lalli in cui abbiamo deciso di mettere assieme le rispettive competenze: da un lato The Data Appeal Company, con le sue competenze nella misurazione e l'analisi avanzata dei dati e dall'altro Sonders&Beach con il suo know-how ventennale sui temi della sostenibilità sociale e l'inclusione nell'industria turistica." Ha dichiarato **Alessio Virgili – CEO Sonders&Beach**.

"Il nostro turismo ha bisogno di poter contare su servizi, strutture e mete realmente inclusivi e aperti, in linea con le priorità dei viaggiatori contemporanei. Per questo siamo molto soddisfatti di poter collaborare a un progetto tanto ambizioso quanto necessario: offrire la possibilità agli operatori e alle destinazioni di misurare e dimostrare attraverso i dati e l'intelligenza artificiale il proprio impegno nel costruire spazi ed esperienze inclusive nel vero senso del termine" conferma **Mirko Lalli, CEO e founder di The Data Appeal Company e Chief Group Digital Strategy Officer di Almagave**.

La piattaforma unica nel suo genere in Italia è essenziale per comprendere l'immagine turistica del nostro Paese a livello internazionale e si basa su tecnologie di Intelligenza Artificiale e big data analysis. Si tratta di un importante passo avanti nella valutazione e valorizzazione dell'offerta italiana, strumento di innovazione e di miglioramento continuo, integrabile nelle strategie commerciali e di branding per qualsiasi organizzazione turistica, che intenda distinguersi per azioni concrete e verificabili di ospitalità ben profilata per il viaggiatore LGBTQ+.

Articoli che potrebbero interessarti:



Isnart, la crescita



Enit: in forte



Egitto: campagna



Rcl conferma

TRAVEL COMUNICA



ULTIME NEWS



Ita Airways: il cda sfiducia Altavilla. Tutte le deleghe a Lazzerini



Isnart, la crescita dei costi mette in difficoltà un'impresa su due



EasyJet: previsioni di perdita 2022. Ma molta fiducia per inverno e estate



Sonders&Beach avvia la partnership con The Data Appeal Company



Tunisia: focus su stagione più lunga e prodotto diversificato



Trenitalia: quella del 2022 è stata l'estate del treno. Alta Velocità in evoluzione



La regione Molise crede e sostiene il "turismo di ritorno"

INSTAGRAM

