

DALL'ESPERIENZA VENTENNALE DI PROFESSIONISTI DEL TURISMO NASCE HOSPITALITY GROUP

Rimini, 30 marzo 2012

✘ DAL TURISMO DI DESTINAZIONE AL TURISMO MOTIVAZIONALE.

In base alle ultime ricerche di mercato, la tendenza sempre più diffusa del turista moderno è quella di considerare la vacanza come momento unico, ricco di sensazioni che fanno stare bene.

Una nuova filosofia che punta sulla personalizzazione e sull'unicità dell'esperienza che, nel caso della vacanza, si delinea sempre più come un momento speciale, limitato nel tempo che deve però racchiudere in sé il più alto potenziale di soddisfazione ed emozione.

Si è passati quindi **dal turismo di destinazione al turismo di motivazione** il cui la conoscenza dei desideri dei propri clienti, le loro passioni, hanno assunto un ruolo centrale.

L'ITALIA DESTINAZIONE D'ECCELLENZA

Il comparto del turismo, nonostante il momento di crisi che sta attraversando il Paese, rappresenta ancora un elemento di grande forza, anche perchè, come afferma il direttore generale di ENIT "il nostro Paese può offrire, unico nel mondo, luoghi con un ambiente incontaminato insieme ad un life style inconfondibile. E' su questo aspetto che dovrà giocarsi la partita, per rendere l'Italia una destinazione turistica d'eccellenza, irripetibile e non comparabile con quelle degli altri paesi".

Nel nuovo scenario internazionale definito dalle ricerche di mercato il turista viene posto al centro, sia che provenga dall'Italia, che da paesi europei o extraeuropei.

Secondo recenti ricerche, l'area che raggruppa i **Paesi extra Europei** (in particolare Usa, Canada, Australia) ha registrato nel 2011 un miglioramento e si prevede un ulteriore incremento di arrivi nel 2012. **I Paesi dell'Europa Centrale** (Germania, Austria, Svizzera, Belgio e Olanda) costituiscono il principale mercato di origine per l'Italia e rappresentano, con oltre 17 milioni di arrivi, circa la metà dei flussi dai principali Paesi.

PER AFFRONTARE LE NUOVE SFIDE DEL MERCATO E' NATA HOSPITALITY GROUP

Negli anni '80 la Romagna ha dato vita ad una vera e propria 'Scuola di Rimini', esperti di turismo che divulgavano il **Metodo riminese** adattandolo ai vari territori a vocazione turistica.

Oggi che le sfide degli operatori turistici e dei territori devono affrontare nuove dinamiche di sviluppo dove complessità e maturità dei nostri mercati non consentono improvvisazione, il territorio riminese vede nascere un **nuovo grande Gruppo che punta all'innovazione nei servizi turistici.**

Otto aziende, di cui 3 storiche e due di nascita recente, tutte operanti nel settore 'turismo', si sono raggruppate sotto un unico marchio – **Hospitality Group** – per dare risposte concrete e complete nel mondo dell'hotellerie, grazie a una squadra di professionisti , che sono nati o comunque si sono formati nella capitale del turismo "Rimini".

Alle storiche **TeamWork** – che offre servizi di consulenza, formazione e marketing territoriale – **Hospitality Marketing** – che propone servizi di marketing applicati al turismo e gestisce diversi club di prodotto come Italy Bike Hotels, Evergreen Hotels, Family Hotels – e **Top Team Media**, per la parte grafica e di comunicazione, si sono affiancate altre realtà.

Hospitality Project, è leader nella consulenza e pianificazione di progetti per la costruzione e ristrutturazione di hotel, resort e villaggi turistici. **Hotelperformance** si occupa di ottimizzare la performance delle strutture alberghiere attraverso le tecniche di Revenue Management, la corretta gestione della vendita online e il miglioramento della Brand Reputation. **Fin project**, è specializzata nel reperimento di **contributi e finanziamenti** a supporto degli investimenti di imprese pubbliche e private. Infine le ultime nate di Hospitality Group sono **Hospitality Web**, per le strategie e il marketing online e **Hospitaliy Re**, per consulenza sulle migliori opportunità di investimento in merito a compravendita e locazione di strutture ricettive.