*Comunicato Stampa*

**RESTART: GRANDE EVENTO**

**NELL’HUB MILANESE DEL GRUPPO GATTINONI**

**IL MERCATO DEL TURISMO E DEGLI EVENTI RIPARTE E L’AZIENDA SI RILANCIA CON UN NUOVO POSIZIONAMENTO,**

**TRAINO PER LE SUE BUSINESS UNIT**

* **Corporate: l’azienda investe in tecnologia e acquisizioni.**
* **Leisure, Business Travel, MICE: aprile e maggio mostrano prenotazioni dai numeri superiori al 2019, trainando la ripresa.**
* **Rebranding: nuovo sito e una campagna multisoggetto, tecnologia, comunicazione per ingaggiare il consumatore finale, creatività per attrarre nuove aziende.**

*Milano, 26 maggio 2022 -* Il Gruppo Gattinoni riparte conun grande evento dal titolo simbolico, **“RestArt”**, che vuole sottolineare la ripartenza dopo il periodo difficile della pandemia, ma anche il nuovo posizionamento dell’azienda con il nuovo pay off **“Esperienze da vivere”** che guarda al futuro senza dimenticare da dove si è partiti. Il tutto immerso nella creatività di street artist che hanno animato la serata andata in scena questa sera presso l’Hub milanese del Gruppo Gattinoni.

Alla conferenza stampa, che si è svolta alla presenza di imprenditori e manager partner del Gruppo, è seguito un *party* esclusivocon oltre 300 invitati.

L’evento è stato introdotto dal Presidente Franco Gattinoni che, anche nei momenti di crisi, ha sempre investito per guardare al futuro della sua azienda. E oggi, grazie a tecnologia, persone e progetti di sviluppo in via di finalizzazione, sta trasformando il Gruppo in una delle realtà più forti **di distribuzione turistica sul mercato italiano** per fatturato controllato e per numero di agenzie di viaggio di proprietà. Il Gruppo Gattinoni è **indipendente e a capitale interamente italiano.**

Sottolinea **Franco Gattinoni** *“Ho sempre investito anche nei momenti di crisi e ho deciso di guardare al futuro della mia azienda puntando sul rafforzamento della rete distributiva, sulla varietà di offerta per clienti individuali e aziende oltre che sulla tecnologia sia interna sia verso il consumatore finale. Abbiamo potuto contare sulla forza dei nostri collaboratori e del management che desidero ringraziare vivamente per il supporto, la professionalità e la tenacia dimostrata in particolare in questi ultimi due anni che hanno messo tutti a dura prova. Ci apprestiamo ora ad allargare il nostro organico, cercando di attrarre l’ingresso dei giovani che hanno la mente aperta a nuove opportunità, a nuove intuizioni e che sono il futuro della nostra azienda e del mercato”.*

* **RESTART: numeri e scenari incoraggianti.**

Dopo due anni di pandemia in cui il Gruppo, così come i player del turismo, ha registrato perdite pari all’70% rispetto agli storici asset, il mercato è finalmente ripartito in tutte le sue aree, Business Travel, MICE, Leisure. Da due mesi le vendite del Gruppo sono ampiamente superiori a quelle del 2019 pari periodo; se non ci fosse stato un primo trimestre così negativo – per varie ragioni legate all’attualità – le previsioni di chiusura esercizio 2022 sarebbero di una crescita a doppia cifra rispetto all’ultimo anno pre Covid.

Nel dettaglio, il **turismo individuale** è tornato a numeri da alta stagione e la domanda è decisamente superiore a quella del 2019; nel bimestre aprile-maggio, a seconda delle destinazioni, le prenotazioni sono state **da + 10% a + 25%.** Dopo un’iniziale concentrazione della domanda estiva sull’Italia, sono nuovamente in auge le destinazioni del Mediteranno classiche per la stagione, come Spagna e Grecia, così come si è rinnovato il fascino delle Crociere. A livello di trend si rilevano preferenze verso Mar Rosso, Maldive e Caraibi per quanto riguarda i soggiorni balneari, mentre nei tour sono protagonisti Stati Uniti e Sudafrica.

In ambito **MICE** (Meeting Incentive Congress Events), Gattinoni registra una crescita **del 20%,** insieme a una nuova tendenza: le aziende confermano anche con un solo mese di anticipo rispetto all’evento, un’anomalia per quest’area di business, storicamente pianificatrice a lungo termine, che va letta nella volontà di sostenere lanci di prodotti e altre attività di gruppo realizzando queste iniziative pur con poco anticipo. **Nella Business Unit MICE, inoltre, si sta concretizzando un’ulteriore acquisizione, che sarà ufficializzata nel mese di giugno.**

Per il segmento **Business Travel** le aziende hanno reagito con vigore all’allentarsi di policy estremamente rigide. Oggi, pur con regole precise da rispettare, la domanda è ripartita con aspettative da parte delle imprese nei temi di tecnologia, che velocizzi le procedure, e di rapporti umani, con cui confrontarsi e ottenere assistenza diretta. Il portfolio segna una crescita del **+ 15%** rispetto al 2019.

Commenta **Sergio Testi, Direttore Generale Gattinoni Group:** *“Nel campo del networking, dopo un lungo periodo di sofferenza con performance tra il -70/80%, le agenzie di viaggio sono tornate a poter esprimere le loro potenzialità e professionalità. Le agenzie sono di grande supporto, ad esempio, per tutte quelle normative, diverse in ogni paese del mondo, che nel dopo Covid vanno seguite con attenzione. In ambito Business Travel la forte domanda, aggiornata alle nuove regole, è un’opportunità per dare ai nostri clienti massimo supporto e assistenza. Questa grande ripresa, questo senso di “restart” richiede a tutta la filiera - tour operator e agenzie – un grande sforzo. La domanda post Covid implica che le strutture siano perfettamente a regime in vista dell’imminente alta stagione e che tutti sappiano gestire i carichi di lavoro come non accadeva da due anni. Siamo fiduciosi perché il turismo organizzato è sempre stato contraddistinto da risorse e passione”.*

* **RESTART: rebranding del pay off e razionalizzazione dei marchi.**

Gli investimenti finanziari del Gruppo hanno riguardato ogni ramo dell’attività di impresa, compresi tecnologia, comunicazione e personale.

È stato sviluppato il **rebranding, le cui linee guida sono state essenzialità e organizzazione.**

**I marchi del Gruppo sono stati razionalizzati, portando alla creazione di un marchio unico per il prodotto turistico leisure verso il consumatore finale,** Gattinoni Travel, che accorpa cinque linee di prodotto. Il nome rimanda al sito [www.gattinonitravel.it](http://www.gattinonitravel.it/) e a tutti i materiali verso l’esterno (pubblicità, locandine, cataloghi…). Il sito riunisce tutte le proposte di viaggi, accomodation, trasporti ed esperienze disponibili, così che la ricerca e la consultazione siano semplici, usando ad esempio il criterio della destinazione, e componibili a piacere come un puzzle.

È stato inoltre coniato un nuovo pay off di Gruppo, che ne identifica anche il posizionamento: da **“viaggiare con stile” si è passati a “esperienze da vivere”**, con una doppia valenza. Le “esperienze” viste e vissute a 360 gradi non si riferiscono unicamente al viaggio in senso stretto ma sono attinenti anche agli eventi, creati per le aziende e personalizzati al massimo per coinvolgere ogni persona. In “esperienze da vivere” l’individuo è infatti al centro di tutto; questo è uno dei valori fondanti del Gruppo, insieme a **eccellenza** (qualità, professionalità), **innovazione** (tecnologia e sviluppo), **creatività** (artigianalità), **passione** (cura dei dettagli, dedizione).

Il Gruppo Gattinoni realizza “**esperienze da vivere”** che siano viaggi di piacere o per business, eventi privati o corporate, convention, roadshow, lanci di prodotto e attività di team building.

**«Esperienza»**: sia in termini di autorevolezza, di conoscenza diretta del settore maturata nel corso di quasi 40 anni di attività, sia in termini di attività esperienziale.

**«Vivere»** le esperienze: non basta essere spettatori, bisogna essere parte dell’evento, trasformarsi ed evolversi con lui, tornare a casa arricchiti, gratificati, entusiasti.

Al centro delle «esperienze da vivere» c’è la soddisfazione delle esigenze dei clienti: Gattinoni con il suo simbolo – **il quadrato** – è sinonimo di sicurezza/solidità e offre le coordinate per la costruzione di progetti su misura studiati ad hoc.

Aggiunge **Isabella Maggi, Direttore Marketing & Comunicazione Gattinoni Group:** *“È stato un periodo sfidante, in cui abbiamo lavorato su creatività, apporto della tecnologia, analisi degli investimenti. Abbiamo agito su più fronti, un sito web pensato per i consumatori, semplice e completo, una campagna multisoggetto declinata su media off e on line, produzione di video. Siamo stati concettuali e allo stesso tempo molto concreti. Creiamo esperienze che lasciano il segno e vogliamo far arrivare questo messaggio a clienti individuali e aziende per essere scelti come partner per viaggi ed eventi”.*

Per informazioni alla stampa:

***Sara Ferdeghini***

[sara@ferdeghinicomunicazione.it](mailto:sara@ferdeghinicomunicazione.it)

cell: 335.7488592

Ufficio Stampa Gruppo Gattinoni

Ferdeghini Comunicazione Srl

**------------------------------------------------------------------------------------------------------------------**

Gattinoni nasce a Lecco nel 1983 dalla passione per i viaggi e l’organizzazione di eventi di Franco Gattinoni, fondatore e tuttora presidente del gruppo. Con lui lavorano oltre 450 persone che condividono lo stesso piacere e la stessa professionalità nell’organizzare viaggi ed eventi su misura, con passione e attenzione a ogni dettaglio. Sotto il marchio Gattinoni operano 5 divisioni che si occupano di diverse aree di business: MICE (Logistics, Live Communication, Healthcare, Made in Italy), Business Travel, il prodotto Gattinoni Travel e i due network Mondo di Vacanze e MYNetwork Viaggi&Vacanze.

Con sede a Milano, il gruppo ha diverse unità operative: MICE (Milano, Lecco, Torino e Roma), Business Travel (Monza, Milano, Bologna, Torino e Roma), e 32 agenzie di proprietà nel Nord e Centro Italia. Inoltre, i network contano quasi 1500 agenzie affiliate in Italia, Svizzera e San Marino.