*Comunicato stampa*

***LA VISIONE DI ITALYSCAPE***

* **Acquisisce il brand Escapade**
* **Crea un nuovo reparto deputato alla gestione della qualità di prodotto e servizio**
* **Da Società Benefit a BCorp entro la fine del 2023**

*Torino, 18 aprile 2023* - **Italyscape ha chiuso il 2022 con 12,5 mln di euro,** raddoppiando il risultato conseguito nel 2019 e prevede una crescita sostenuta anche nel 2023.

Ad accelerare la corsa di Italyscape si aggiunge l’**acquisizione del brand Escapade - Incentive & Meeting Consultant,** la destination management company specializzata in meeting, viaggi incentive, congressi e eventi che, da oltre 35 anni, è leader nei mercati francofoni. Questa operazione ha permesso a Italyscape di acquisire, oltre alla notorietà del brand, il know how, i database clienti/fornitori e i contratti: un vero e proprio patrimonio attivo e consolidato.

*“L’acquisizione del brand è avvenuta in un momento particolarmente proficuo per Italyscape in quanto, se nel 2022 il segmento MICE ha dato segnali di una lenta ripartenza, la prima parte del 2023 ha segnato invece la definitiva ripresa del mondo degli eventi, con numeri consistenti e con margini di crescita ancora molto elevati sull’anno, considerando che questo segmento -- in controtendenza rispetto al passato - si è spostato verso una richiesta sempre più sotto data.”.* ***Afferma Vincenzo Emprin, CEO di Italyscape.***

*“Escapade ha sviluppato negli anni un posizionamento solido e un profondo radicamento sul mercato francofono; il nostro obiettivo è riuscire a portare avanti con orgoglio la storia e l’ottima reputazione di questo brand storico, estendendone l’operatività su nuovi mercati, partendo da quelli tradizionalmente più vicini a Italyscape, quali Stati Uniti, Canada, Gran Bretagna, Messico, Spagna e Francia.”.* ***Prosegue Vincenzo Emprin.***

L’acquisizione del brand Escapade sarà accompagnata dall’**apertura del primo ufficio satellite di Italyscape che, a breve, aprirà a Padova**, presidiando il Triveneto, e che diverrà il polo dedicato allo sviluppo di questa area strategica per l’incoming.

La crescita in ambito MICE sarà sostenuta dalla **rete commerciale di Italyscape, già operativa nel turismo leisure in Canada, Stati Uniti, Messico, Spagna e naturalmente in Francia.**

Il trend positivo di Italyscape è frutto della fiducia ricevuta dal mercato che ha premiato ampiamente gli sforzi e le azioni promosse nel corso della pandemia.

*“Nel corso dell’emergenza Covid abbiamo mantenuto un legame assiduo e inteso con gli operatori del settore; scelta che si è rivelata premiante, considerando che la ripartenza è coincisa con un considerevolmente incremento del portafoglio clienti.”.* ***Commenta Vincenzo Emprin.***

Tra le mete più richieste dalla clientela si posizionano la **Costiera Amalfitana, il lago di Como, le principali città d’arte - Venezia, Firenze, Roma e Napoli - e Milano, la Sicilia e la Puglia** registrano una domanda sempre più forte.

*“Il nostro paese continua ad essere in vetta alle destinazioni più desiderate dalla clientela ma, per mantenere questo trend, dobbiamo risolvere le sempre maggiori problematiche legate all’overtourism e dobbiamo riuscire a garantire un’elevata qualità di servizio e prodotto offerto, che, soprattutto in ambito alberghiero e ristorativo è messa a dura prova dalla mancanza di personale.”.* ***Commenta Vincenzo Emprin.***

Per combattere il problema dell’overtourism, Italyscape è sempre più impegnato nella costruzione di proposte di viaggio in località poco battute dal turismo che possano garantire ai propri Clienti strutture ricettive e servizi di qualità, ma anche a proporre le destinazioni più critiche attraverso una logistica ed una programmazione delle attività mirate ad evitare gli affollamenti. Sembra banale, ma anche solo un’accurata scelta degli orari degli ingressi nei principali siti turistici può fare la differenza.

Per rafforzare prodotti e servizi di qualità, Italyscape ha creato una **nuovo reparto aziendale** che, lavorando trasversalmente con il reparto preventivi e il reparto operativo, ha il compito di monitorare costantemente la qualità dei fornitori in tutta la filiera: dai ristoranti, ai trasferisti, dagli hotel alle guide, inclusi i tantissimi fornitori di ‘escursioni’.

Fa capo al reparto products anche il controllo della sostenibilità dei fornitori, aspetto imprescindibile nella costruzione delle proposte di Italyscape che - da sempre sensibile alla salvaguardia ambientale, alla preservazione della biodiversità e alla conservazione dei beni culturali - **si è certificata Società Benefit lo scorso gennaio, e punta a divenire una BCorp entro la fine del 2023.**

*“Il contributo, l’entusiasmo e la professionalità del nostro team di lavoro sono stati determinanti per il raggiungimento di ogni singolo risultato prodotto e fondamentali anche nella scelta dei progetti da perseguire. Italyscape può contare su di un team giovane con un approccio fresco, innovativo e creativo in cui tutti si fanno ambasciatori dei valori aziendali e promotori di logiche di condivisione e feedback. Per restituire parte del valore prodotto, adottiamo un sistema di welfare aziendale molto ampio e attento alle esigenze della squadra”.* **Conclude Vincenzo Emprin.**

**Quality Group**

*Quality Group è un gruppo di tour operator nato nel 1999 cui fanno capo 9 brand: Mistral Tour, Il Diamante, Brasil World, America World, Exotic Tour, Latitud Patagonia, Discover Australia, Europa World e Italyscape. Ogni marchio è specializzato in un’area geografica del mondo, tutti accomunati dalla passione per il viaggio e dalla volontà di unire la qualità e la cura del prodotto al dinamismo di una grande realtà.* [www.qualitygroup.it](http://www.qualitygroup.it)

**Per informazioni alla stampa:**

**Ferdeghini Comunicazione Srl**

**Veronica Cappennani**

[cappennani@ferdeghinicomunicazione.it](mailto:cappennani@ferdeghinicomunicazione.it), cell: 333.8896148

**Sara Ferdeghini**

[sara@ferdeghinicomunicazione.it](mailto:sara@ferdeghinicomunicazione.it), cell: 335.7488592