



## Alliance for Hospitality, nasce il network per rilanciare gli hotel di lusso

DI RITA PUCCI

HOTEL 13/06/2016 11:55

f Mi piace 12
Twitter
G+ 0
in Share 10

Un network per valorizzare gli alberghi di alta gamma italiani e migliorarne la competitività.

PUBBLICITÀ

Nasce con questo obiettivo Alliance for Hospitality, il progetto ideato da Annalisa Ballaira, Stefano Biscione e Mario Cardone, che punta a fornire agli hotel 5 stelle e 5 stelle lusso della Penisola gli strumenti per investire in competitività.

### Gli obiettivi di Alliance for Hospitality

“La mission che ci poniamo è quella di diventare il punto di riferimento per il mondo dell'albergoria di lusso – spiega Cardone, nome noto del settore turistico per il proprio passato professionale ai vertici di Sabre dagli anni Novanta sino al 2010 e socio fondatore di Aurae Hospitality

Marketing, oltre che ideatore del circuito Autentico Hotels – per quanto riguarda il campo della consulenza”.

Tre gli ambiti in cui Alliance for Hospitality intende agire, “la comunicazione, la commercializzazione e l'organizzazione della struttura” aggiunge Ballaira, founder and relations della società.

### Lo scenario di mercato

L'idea nasce dalla consapevolezza che “il mercato dell'alta gamma allo stato attuale in Italia è al 90 per cento costituito da piccole strutture a conduzione familiare – spiega Cardone -, con un prodotto di altissimo livello, ma frammentato”.

Sono circa 500 le strutture lusso presenti sul territorio nazionale, “con un incremento deciso che si è registrato in particolare negli ultimi 15 anni, in cui gli alberghi 5 stelle e 5 stelle lusso sono passati da uno share di mercato dello 0,4 per cento all'attuale 1,4 per cento”.

In questo scenario capita però spesso “che l'offerta sia di livello davvero alto, ma non vengano applicate le corrette strategie di comunicazione – sottolinea Ballaira – e che la distribuzione non sia efficace”.

Al punto che gli investimenti sul digitale “si aggirano attorno all'1 per cento, che equivale a un terzo, se non a un quinto, di quanto investono i competitor Usa” .

### Gli strumenti forniti

Due le tipologie di formato previsti come strumento di diagnostica per le strutture: l'Alliance Snapshot che prevede “un'analisi preliminare del posizionamento sales e marketing, dell'organizzazione interna e della presenza web” specifica la manager.

A questo si affianca Alliance X-RAY, che “approfondisce ed integra l'audit con l'analisi del bilancio, visite on-site, mystery guest, e piani di investimenti e forecast per massimizzare le vendite sul web”.

f Mi piace 12
Twitter
G+ 0
in Share 10

TTG ITALIA 08.02.2017

### NOTIZIE PRINCIPALI

TECNOLOGIA 08/02/2017 08:30

#### Startup del turismo Gli errori da evitare

DI ALESSIA NOTO f t

C'è un gap che divide le startup che operano nel turismo in Italia e all'estero. Un gap che, secondo una recente ricerca apparsa su Sole 24 Ore, posiziona le aziende ...

TRASPORTI 08/02/2017 08:03

#### Ryanair si allea con Europ Assistance Arriva l'assicurazione multiviaggio

f t

TOUR OPERATOR 08/02/2017 08:02

#### Le città d'arte chiedono aiuto ai tour operator

f t

INCOMING 08/02/2017 08:01

#### L'Umbria si rimette in moto Prima scommessa per il dopo sisma

f t



ITALIA **TTG REPORT** ISCRIVITI >

RICEVI OGNI GIORNO VIA EMAIL LE NOTIZIE DI TTG

ITALIA **TTG AGENTI SEGRETI**

STORIE E NOMI DI CHI STA CAMBIANDO IL MERCATO

ITALIA **TTG LAB**