

WEBSITE: <https://www.ttgitalia.com/stories/hotel/180210-la-formula-ihc-terme-e-territorio-per-conquistare-i-big-spender-arabi/>

The screenshot shows the TTG Italia website interface. At the top, there is a navigation bar with links like 'CHI SIAMO', 'ABOUT US', 'RSS', 'REDAZIONE', 'PUBBLICITÀ', 'CONTATTI', 'ISCRIZIONE NEWSLETTER', 'COOKIE', 'ABBONAMENTO', and 'LAVORA CON NOI'. Below this is the TTG Italia logo and a secondary navigation bar with categories like 'PRIMA PAGINA', 'ULTIME NOTIZIE', 'TRAVEL GUIDE', 'BLOG', 'TTG REPORT', and 'SPOTLIGHT'. A search bar with 'ENHANCED BY Google' is also present. The main article features a large headline, a sub-headline, the author's name (DI ALBERTO CASPANI), and social media sharing buttons (Mi piace, Tweet, Share). The article text discusses the success of Italian Hospitality Collection in attracting high-spending Arab clients to thermal resorts in Tuscany. To the right, there is a sidebar with a date '15.11.2022' and a section for 'NOTIZIE PRINCIPALI' containing two other news items: 'Voli cancellati e viaggi I timori per l'inverno' and 'Prudenza e pragmatismo I diktat verso il 2023'.

Per le 5 strutture di Italian Hospitality Collection, terme e territorio sono ormai un binomio inscindibile nella conquista di nuove nicchie di mercato. La dimostrazione viene dai Bagni di Pisa, che in meno di un anno sono riusciti a trasformarsi nella destinazione di riferimento della clientela araba alto-spendente in Toscana. “Grazie all’eccezionale ippodromo del Parco San Rossore - spiega Thomas Parenti, direttore dello storico 5 stelle di San Giuliano Terme - nel 2021 abbiamo iniziato ad accogliere gli ospiti internazionali del Longines FEI Endurance Championship lì ospitato, bissando il successo con i Vim Spa Campionati Italiani Endurance 2022 Open. Il Middle East road show di IHC ha agevolato la fidelizzazione, così come il conseguente arrivo a giugno di FlyDubai sull’aeroporto di Pisa”.

Il boom della clientela estera

L’allargamento della clientela estera, che in estate sale al 70% dei pernottamenti, ha permesso non solo il ripristino delle cifre pre-Covid, ma sta propiziando innovazioni sull’intera filiera del gruppo: espande la stagionalità termale rispetto ai mesi autunnali, favorisce la rotazione dei tanti repeater anche sulle strutture toscane di Grotta Giusti e Fonteverde, nonché verso Le Massif Hotel in Val d’Aosta d’inverno e Chia Laguna Resort in Sardegna d’estate, specializza i trattamenti. “Le diverse esigenze della clientela del Golfo - aggiunge la sales manager Barbara Fantelli - stanno contribuendo a ideare prodotti diversificati per donna e uomo che perfezioneremo nel 2023, sia col programma Equilibrium Lady50+, che col nuovo Thalasso Mindfulness”.