

GolfAvita: il marketing degli alberghi abbinati ai campi da golf

Dopo Germania, Spagna e Portogallo, ora anche l'Italia entra a far parte del network golfAvita, la società di marketing alberghiero

di **Roberta Milanaccio**



Nata in Germania nel 1998, golfAvita è una società di marketing, il cui indirizzo è il turismo abbinato al golf. GolfAvita presenta gli alberghi affiliati in combinazione con i campi da golf e ne cura la promozione con un preciso programma d'azione.



Dopo il successo nel paese d'origine, l'obiettivo di creare un network internazionale è andato via via concretizzandosi con l'espansione in Francia, Spagna e Portogallo. Ora è giunta in Italia, rispondendo all'alto gradimento del turismo d'oltralpe per le mete mediterranee e, contemporaneamente, al grande numero di golfisti in tutto il mondo (50milioni).

La filosofia del marketing di golfAvita

La promozione degli alberghi avviene attraverso molteplici canali: il catalogo golfAvita, distribuito due volte l'anno nei punti chiave del mercato; il catalogo Golf House di Amburgo, leader nell'equipaggiamento sportivo del golfista; la collaborazione con due

agenzie di PR, una per la Germania e una per l'Italia; la partecipazione a selezionate manifestazioni sia del settore turistico che di quello sportivo; la Golf Albrecht Guide, la più importante guida tedesca del golf; gli spot pubblicitari, trasmessi su DSF (Deutsches Sport Fernsehen), durante prestigiosi campionati; il sito web www.golfAvita.it, dove si possono trovare informazioni sugli alberghi affiliati, sui campi da golf, con possibilità di prenotazione.

Affiliazioni e linee di marketing

Per esaltare i pregi e le peculiarità di ciascun albergo, golfAvita ha studiato tre linee: Elegance Hotels, Sportiv Hotels, Historic Hotels.

Agli alberghi particolarmente attenti alla tradizione, all'eleganza e al piacere per le cose belle, golfAvita assegna la linea Elegance. Quando la passione per il golf viene affiancata da quella per altri sport, la linea è Sportiv. Se, invece, prevale lo charme storico, il gusto per arte e cultura, si tratta della linea Historic.



Arrangements

Per i golfisti sono previsti sei tipi di arrangements: first touch, per i principianti; sweet spot, per gli amanti; tee time, per i più esperti; birdie e hole in one, per i professionisti; golf safari, per gli avventurosi. Ogni arrangement comprende la permanenza in hotel, il

corso di golf, i green-fees ridotti, i tee times e il noleggio dell'attrezzatura necessaria.

Nel tempo libero, per i golfisti e i loro accompagnatori, è previsto il programma après-golf, che comprende beauty, wellness, sport, attività outdoor, cultura e intrattenimenti.

“A gennaio - dice Paola Visentin, managing director di golfAvita Italia (foto in basso) - è entrato nel circuito l'Holiday & Sport Club Tenuta Primero di Grado e a marzo l'Is Morus Relais di Santa Margherita di Pula, a conferma della preferenza della clientela d'oltralpe per mete mediterranee e soleggiate.”

Maritim Hotels: target elevato e molta specializzazione nel settore congressuale

Pur essendo piuttosto giovane, la catena alberghiera tedesca Maritim si è fatta un nome soprattutto come partner per viaggi d'affari e turismo congressuale. L'originale filosofia del “soggiorno e meeting sotto un solo tetto”, che combina lavoro e relax, si è rivelata vincente già col primo degli alberghi Maritim, il Seehotel Timmerdorfer Strand, aperto nel 1969, cui sono seguite altre 38 strutture.

Oltre a disporre di ampi spazi e valide attrezzature per meeting, gli alberghi, posizionati sia nelle grandi città che in attraenti località di villeggiatura, offrono tutto ciò che il turista può desiderare.

Per favorire un lavoro di alta concentrazione e un programma di relax e svago con la natura, Maritim ha ideato Business nel verde, iniziativa che coinvolge 9 strutture particolarmente indicate per seminari, congressi e meeting, e collocate in un ambiente naturale. Gli appassionati di golf che si trovano a Bonn possono usufruire del Rooftop driving range, area allestita con relativo putting green di 8 buche sul tetto dell'hotel più importante della città. Per chi vuole assa-



porare le specialità culinarie della Lombardia, 6 strutture Maritim partecipano all'iniziativa enogastronomica che porta in Germania famosi formaggi, come il gorgonzola, salumi, saporiti risotti e vini di qualità.

Fra le più recenti e importanti acquisizioni di Maritim, c'è la Plenarsaal di Bonn (foto sopra), rimasta inutilizzata dopo il trasferimento del Parlamento a Berlino. Maritim si è aggiudicata la gara d'appalto per la riedificazione, con l'obiettivo di allestire un centro congressi fra i più importanti a livello europeo.

Il catalogo dedicato alla programmazione di meeting e congressi è disponibile su cd-rom. Si può, inoltre, accedere via internet (www.maritim.de) al programma di prenotazioni Maritim on line.