

Best Western Italia punta sul Mice. E vince

Il Gruppo chiude il 2015 con una crescita del fatturato meeting pari al 30% effetto del rafforzamento dell'ufficio dedicato e dell'offerta tailor made "MICE with US"

➡ Annarita Maggi

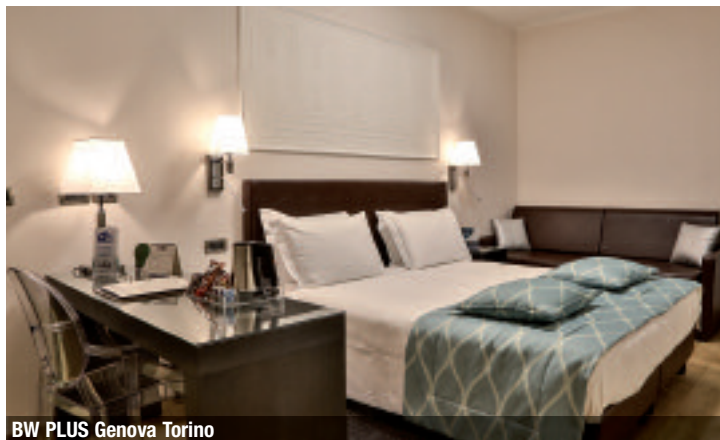


BW Golf Hotel Quattrotorri Perugia

Il Mice gode di buona salute ed è anche salutare per gli alberghi. A dirlo – numeri alla mano – è Best Western Italia, gruppo che, oggi, è il brand più strategicamente diffuso nel Paese.

L'offerta ricettiva e congressuale in particolare soddisfa ogni tipo di esigenza: dalla riunione al vertice, al maxi evento con oltre 500 partecipanti, fino all'incentive in location appealing e complete di ogni servizio.

«Nel 2015 il fatturato meeting movimentato da BW è cresciuto del 30%, con picchi massimi a Milano e nelle destinazioni dove più forte è stata l'influenza di Expo», dichiara **Sara Digiesi**, Chief Marketing Officer di Best Western Italia, ag-



BW PLUS Genova Torino



BW PREMIER BHR Treviso

giungendo che «la crescita è stata sia in termini di eventi confermati sia in termini di valore delle singole transazioni».

In particolare, nell'ultimo biennio, Best Western, forte dei risultati, ha deciso di puntare sul segmento Mice, dedicando al comparto una serie di iniziative mirate tra cui la proposta "MICE with Us", presentata in anteprima lo scorso novembre, nelle città di Milano e Roma, a un parterre di top buyers italiani. «Per supportare gli hotel affiliati e offrire un servizio sempre più attento», spiega Digiesi, «tra il 2014 e il 2015, abbiamo promosso una serie di eventi b2b volti a favorire l'incontro diretto tra i nostri alberghi e i buyers, tra cui i due "Meet to be" organizzati a Roma e a Milano. A disposizione del comparto c'è anche un ufficio altamente qualificato

Scopri l'eccezionale offerta meeting sul sito di BW

130 destinazioni in tutta Italia dove organizzare i propri eventi e avvalersi di un ufficio dedicato e la garanzia di una consulenza efficace, preventivi dettagliati in tempi rapidi e senza impegno. Con Best Western non resta che scegliere la location più adatta alle proprie esigenze tra: 36 hotel con capienza fino a 50 persone; 37 hotel per un massimo di 100 ospiti; 46 hotel fino a 250 posti e 3 hotel con una capacità di oltre 500 persone.

info: www.bestwestern.it/meeting;
meeting@bestwestern.it;
 tel. 02.83108507.



che ci consente di potenziare ulteriormente di nuove competenze e capacità consulenziali il supporto operativo, da sempre noto per la sua efficienza».

Punto di forza della proposta "MICE with Us", oltre a un'assistenza tecnico-strategica, è l'eccezionale opportunità di scelta offerta alla clientela. Fattore, quest'ultimo, oggi sempre più discriminante per poter emergere in un contesto competitivo e in continua evoluzione. «Da noi è il cliente che sceglie la location che preferisce. Vantiamo un'offerta di spazi e servizi meeting ampia e variegata su tutto il territorio nazionale. Offerta che, negli ultimi anni, si è ulteriormente arricchita di strutture specificamente dedicate alla gestione di eventi», continua Sara Digiesi, certa che la proposta Mice sarà sempre più un elemento differenziante del settore alberghiero rispetto all'ospitalità alternativa: «nella nostra esperienza» afferma, «l'offerta Mice si conferma una leva esclusiva



MICE with US

Tutte le novità Mice di Best Western Italia sono state presentate, lo scorso novembre, nel corso dei due "Meet to be" organizzati da Communication Agency che hanno visto coinvolti una rosa di buyers selezionati di primarie aziende italiane. Il 4 novembre Al NooN di Milano erano presenti con la loro offerta le seguenti strutture:

- BW PREMIER BHR Treviso Hotel - Quinto di Treviso (www.bhrhoteltreviso.com);
- BW Blu Hotel - Roma (www.bluhotel-roma.it);
- BW PREMIER CHC Airport - Genova (www.chcairport.it);
- BW Hotel Classic - Reggio Emilia (www.classic-hotel.it);
- BW Hotel Cristallo - Rovigo (www.cristallorovigo.com);
- BW Hotel Farnese - Parma (www.farnesehotel.it);
- BW Hotel Galles - Milano (www.galles.it);
- BW Hotel Genio - Torino (www.hotelgenio.it);
- BW Grand Hotel Guinigi - Lucca (www.grandhotelguinigi.it);
- BW Hotel Modena District - Modena, Campogalliano (www.modenadistrict.it);
- BW Hotel Palladio - Bassano del Grappa (www.hotelpalladiobassano.com);
- BW Hotel Paradiso - Napoli (www.hotelparadisonapoli.it);
- BW Park Hotel - Piacenza (www.parkhotelpiacenza.it);
- BW Hotel Regina Elena - S. Margherita Ligure (www.reginaelena.it);
- BW Valle di Assisi - Assisi, S. Maria degli Angeli (www.hotelvallediassisi.it);
- BW PREMIER Villa Fabiano Palace Hotel - Cosenza, Rende (www.villafabiano.it);
- BW Villa Pace Park Hotel Bolognese - Preganziol (www.parkhotelbolognese.it).

Il 25 novembre al BW PREMIER Hotel Royal Santina di Roma, i buyers hanno potuto conoscere i responsabili di:

- BW Grand Hotel Royal - Viareggio (www.hotelroyalviareggio.it);
- BW Hotel City - Bologna (www.cityhotelbologna.it);
- BW Hotel David Palace - Porto S. Giorgio (www.hoteldavidpalace.it);
- BW Hotel Europa - Giulianova (www.htleuropa.it);
- BW Hotel Globus - Roma (www.globushotel.com);
- BW Hotel Marmorata - Amalfi, Ravello (www.marmorata.it);
- BW Hotel Quattrotorri Perugia - Perugia (www.hotelquattrotorriperugia.com);
- BW Hotel Rocca - Cassino (www.hotelrocca.it);
- BW PLUS Hotel Genova - Torino (www.albergogenova.it);
- BW PLUS Hotel Le Favaglie - Cornaredo (www.lefavaglie.it);
- BW PLUS Hotel Leone di Messapia - Lecce (www.leonedimessapia.com);
- BW PLUS Hotel Milton Roma - Roma (www.hotelmiltonroma.it);
- BW Hotel Milton Milano - Milano (www.miltonmilano.com);
- BW PLUS Hotel Perla del Porto - Catanzaro Lido (www.hotelperladelporto.it);
- BW PREMIER Hotel Monza e Brianza Palace - Cinisello Balsamo (www.monzaebrianzapalace.it);
- BW PREMIER Hotel Royal Santina - Roma (www.hotelroyalsantina.com);
- BW Hotel Universo - Roma (www.hoteluniverso.com);
- BW Hotel President - Roma (www.hotelpresident.com).

e premiante per gli hotel che decidono di investire per qualificare la propria proposta, puntando sul servizio, sull'F&B, sul comfort degli spazi e sull'integrazione tecnologica».

