

Promozione. Pacchetti incoming con sinergie tra turismo, marchi di lusso, design e attività manifatturiere

Viaggi Altagamma a 5 stelle

Zegna: operazione che valorizza le potenzialità del Sistema Italia

Vincenzo Chierchia

Iniziativa di sistema tra i grandi brand italiani. Decollerà a breve il progetto turismo di **Altagamma**, una iniziativa che punta dichiaratamente sulle sinergie tra grandi marchi, attività manifatturiere e fascia a 5 stelle del settore viaggi e vacanze a livello globale. La Fondazione **Altagamma** raggruppa i principali marchi top class d'Italia.

L'iniziativa, presentata ieri a Milano dal vicepresidente Paolo Zegna, ha la denominazione di **Altagamma** italian experiences, frutto dell'accordi di collaborazione con la Ic Bellagio, società di incoming che fa capo ad Andrea Grisdale. La Ic Bellagio - come ha sottolineato la Grisdale - si occupa della creazione di esperienze di viaggio su misura, con l'obiettivo di far conoscere bellezze ed eccellenze italiane. «C'è una richiesta al-

tissima di esperienze di viaggio in Italia - ha aggiunto la Grisdale - un Paese ad alto livello di sicurezza, che ha una storia millenaria con un patrimonio culturale inimitabile, un clima mite, grandi marchi e che offre la possibilità di far vivere momenti eccezionali ai clienti top internazionali con un servizio dedicato».

Come ha spiegato Zegna, «le **Altagamma** italian experiences by Ic Bellagio rappresentano una straordinaria leva di promozione per l'intero Sistema Paese perché narrano e valorizzano quanto sta dietro alla rinomata qualità e immagine dei nostri brand. Ciò risponde all'interesse crescente, da parte di turisti e clienti internazionali, per l'heritage e la craftsmanship dei nostri prodotti - ha aggiunto -: veri elementi distintivi dei marchi di **alta gamma** italiani».

Il progetto ideato in Fonda-

zione **Altagamma**, si rivolge pertanto a quei luxury traveler - ha specificato Zegna - che rappresentano circa il 5% degli oltre 50 milioni di turisti stranieri che nel 2016 hanno visitato l'Italia. L'obiettivo - ha aggiunto il vicepresidente **Altagamma** - è proporre come vere e proprie destinazioni i marchi del lifestyle italiano noti in tutto il mondo come eccellenze della creatività, della manifattura, dell'artigianato e del servizio al cliente. Le **Altagamma** italian experiences by Ic Bellagio sono state ideate per contribuire ad attrarre il turismo internazionale di fascia alta e luxury con benefici diretti e indiretti per l'intero Sistema Paese.

Un programma trasversale tra organizzazione dei servizi turistici e promozione della conoscenza delle attività manifatturiere. Come ha sottolineato Zegna questa formula

arricchirà i tipici itinerari italiani alla scoperta del patrimonio naturale ed artistico del Paese, con esperienze uniche ed esclusive presso le imprese **Altagamma**.

Il progetto - è stato spiegato nel corso della presentazione - prevede visite alle sedi aziendali, ai siti produttivi, ai laboratori, agli atelier così come degustazioni di vini in cantine d'eccellenza a livello globale, con la possibilità di incontri vis-à-vis con gli imprenditori. Le **Altagamma** italian experiences by Ic Bellagio fondono natura, arte e cultura e stabiliscono un raccordo diretto con la manifattura e gli studi di progettazione dei prodotti «che hanno reso forti il nostro Paese ed i nostri marchi nel mondo».

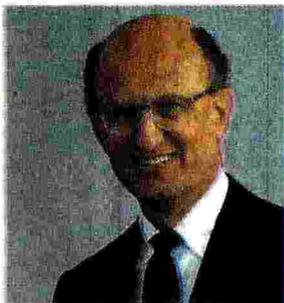
GrandTour

vincenzo.chierchia.blog.ilsole24ore.com

@Vincechierchia

© RIPRODUZIONE RISERVATA

PROTAGONISTA



Fondazione Altagamma

Paolo Zegna (nella foto) è vicepresidente della Fondazione **Altagamma** che raggruppa i numerosi grandi marchi di fascia alta del made in Italy, dal fashion all'ospitalità, dal food alla gioielleria, dal design alla profumeria e al fitness. Centinaia di marchi ambasciatori nel mondo del lifestyle made in Italy

