



**Nace To Italy Group,
el primer grupo italiano de turismo experiencial
Hasta 5,5 millones de euros de inversión inicial liderada por CDP
Venture Capital y SMP Holding**

El proyecto engloba y combina las experiencias de ItalyXP.com, FlorenceTown y Arno Travel

El segmento de mercado en el que operará la nueva empresa ha alcanzado una cuota de mercado global de entre el 15 y el 20% de toda la industria de los viajes

Roma, 26 mayo del 2022 - **Nace To Italy Group - The Italian Experience**, el primer grupo dedicado al turismo experiencial en Italia con una inversión inicial de hasta **5,5 millones de euros liderada por CDP Venture Capital Sgr, a través del Fondo Italia Venture II - Fondo Imprese Sud y SMP Holding**.

A nivel mundial, la demanda de servicios turísticos experienciales sigue creciendo y el llamado **TAA (tours, actividades y atracciones)** es ahora el tercer mercado más grande (después de los vuelos y los hoteles, respectivamente) y alrededor del **15-20% del gasto mundial en viajes**: según Phocuswright, Skift y Eyes for Travel, tenía un valor de entre 150 y 200 millardos de dólares en 2019¹, con un crecimiento anual del 9%.

To Italy Group nace de la fusión de la plataforma de experiencias **ItalyXp.com**, una innovadora pyme de Traveltech y alma tecnológica del naciente proyecto, con **FlorenceTown**, una de las mayores y primeras realidades en producir y ofrecer servicios experienciales a un público global en la zona de Florencia y Toscana desde 2006, y **Arno Travel**, un operador especializado en la planificación de viajes de lujo in situ.

*"El sector turístico fue uno de los más perjudicados por los efectos de la pandemia. Tras dos años de grandes dificultades, hemos reunido competencias diferentes y complementarias, uniendo nuestras realidades con el objetivo de convertirnos en el punto de referencia del turismo experiencial en Italia. El turista actual es más "digital" y gracias a la web tiene acceso, a la hora de planificar un itinerario, a una gran cantidad de información sobre los lugares a visitar; por lo tanto, el reto se ha trasladado en dar a conocer al visitante la cultura y las experiencias típicas de nuestro país", afirma **Saverio Castilletti, Presidente del Grupo To Italy**, "el turismo experiencial es la respuesta a la búsqueda de detalles que el nuevo visitante de una ciudad reconoce en una película o en la letra de una canción: el turista moderno sale de casa ya con un equipaje, sobre todo inconsciente, lleno de ideas asociadas a ese lugar que pertenecen a experiencias ajenas, pero que a menudo se convierten en el verdadero motivo del viaje."*

"Estamos muy orgullosos de nuestra contribución en la creación de To Italy Group, fruto de la unión de diferentes realidades que operan en el sector del turismo experiencial receptivo de alta calidad,

¹ <https://www.thinkwithgoogle.com/consumer-insights/consumer-trends/travel-experience-marketing/>

con un reconocido know-how y un sólido modelo de negocio que ahora pretenden replicar en el sur de Italia", comenta **Francesca Ottier, responsable del Fondo Italia Venture II - Fondo Imprese Sud de CDP Venture Capital Sgr**, "El turismo en nuestro país es un enorme recurso que puede generar, en términos de empleo y desarrollo territorial, un impacto aún mayor durante esta delicada fase post-pandémica".

To Italy Group - The Italian Experience, se ocupará del turismo *receptivo*, con un enfoque específico en la producción de servicios experienciales de calidad -como excursiones a bordo de vehículos típicos, visitas a sitios exclusivos y escuelas de cocina con impronta territorial- y su comercialización a través de canales digitales. El Grupo pretende invertir en el desarrollo de herramientas tecnológicas innovadoras que permitan gestionar de principio a fin todo el proceso de creación, planificación, gestión y venta de un itinerario de viaje completo, facilitando la experiencia de compra del cliente y optimizando al mismo tiempo el trabajo de los operadores.

El nombre elegido resume su misión: ofrecer a los turistas la posibilidad de vivir su estancia en Italia sumergiéndose en la cultura local, a través de experiencias profundamente envolventes y memorables, creadas y gestionadas profesionalmente con el máximo nivel de atención al cliente.

El objetivo de To Italy Group es convertirse en el *campeón nacional del turismo experiencial*, es decir, en el actor principal del sector en la prestación de experiencias turísticas, garantizando una oferta a 360 grados con altos estándares de calidad y una fuerte presencia de marca, manteniendo contemporaneamente, el alma y la experiencia local, a través de una presencia directa en toda Italia y un personal especializado dispuesto a potenciar las peculiaridades y la diversidad de las oportunidades presentes en todas las zonas del país.

En particular, la ampliación de la oferta de viajes y actividades se llevará a cabo en gran medida en el sur de Italia, en aquellas zonas con alto potencial turístico pero con una oferta todavía demasiado fragmentada. Es innegable que en los últimos años, tanto el desarrollo de redes sociales, tipo Instagram, como el creciente número de *nómadas digitales* (en busca de lugares alejados y a la vez conectados) han despertado el interés por algunas de las zonas menos conocidas del sur de Italia. Por ello, To Italy pretende poner su experiencia empresarial y su conocimiento del mercado al servicio de la valorización de la cultura y la belleza de estas zonas, a través de la adquisición, el desarrollo y la valorización de empresas locales y la formación de nuevos profesionales.

"Este proyecto se centra en el concepto de calidad, lo que significa una oferta profesional auténtica y sobre todo "sostenible", es decir, consciente de todas las repercusiones del turismo en el territorio y, por tanto, orientada a potenciar y no explotar nuestra cultura y tejido sociocultural", añade Luca Perfetto, Director Ejecutivo de To Italy. "Estamos en una nueva etapa en la que es crucial generar un turismo menos impactante que permita que nuestros centros históricos permanezcan vivos y habitados, mientras son visitados y admirados, transmitiendo nuestra cultura sin desvirtuarla ni adaptarla a las exigencias del visitante, desarrollando un nuevo tipo de turismo, "un turismo delicado"; gracias a nuestro trabajo, a la formación y a una oferta profesional de calidad. Todo ello, trabajando junto a las instituciones que pueden y deben aplicar esas políticas de gestión, protección y control de la oferta. El objetivo es planificar mejor los flujos, trabajando en función del bienestar de los destinos, la calidad y el respeto a las culturas locales para favorecer un turismo que aporte efectos positivos a todas las partes implicadas".

El mercado de las experiencias se encuentra en auge, tal y como confirman los recientes datos de turismo de Estados Unidos de Arival, según los cuales el 71% de los llamados viajeros activos de Estados Unidos planean reservar al menos un tour o experiencia en su próximo viaje en 2022, una

cifra que se situaba en solo el 47% en 2019². Hoy en día, el turista internacional empieza a planificar un viaje ya no sólo desde el "dónde ir" y el "dónde dormir", sino sobre todo desde el "qué hacer", y a partir de ahí construye con flexibilidad la duración y las modalidades del viaje: una tendencia centrada en el elemento experiencial que ya lleva años en el resto del mundo y que se está consolidando cada vez más también en Italia.

*"Este proyecto representa también un paso importante para la división de Lujo del grupo, un sector que se encuentra actualmente en una fase de fuerte crecimiento", añade **Urbano Brini, Director de Viajes de Lujo de To Italy**, "desde el primer día pondremos en marcha proyectos destinados a mejorar los procesos de desarrollo tecnológico de la organización, y al mismo tiempo reforzaremos el plan de inversión en recursos humanos para acompañar el crecimiento de nuevas divisiones como Villas y Eventos". También pondremos en marcha productos y técnicas de prestación de servicios diferentes, y ampliaremos nuestra presencia en los mercados y actividades comerciales internacionales".*

Por parte de CDP Venture Capital, la operación ha sido supervisada por Sgr, Francesca Ottier y Federico Lanciano, responsable y gestor de inversiones del fondo Italy Venture II - Imprese Sud, respectivamente.

To Italy Group - The Italian Experience

To Italy Group - The Italian Experience es el primer grupo dedicado al turismo experiencial en Italia, nacido en 2022 de la unión de ItalyXP.com, Florencetown y Arno Travel.

La misión de To Italy Group es la de garantizar una oferta a 360 grados con altos estándares de calidad y una fuerte presencia de marca, manteniendo contemporaneamente, el alma y la experiencia local, a través de una presencia directa en toda Italia y un personal especializado dispuesto a potenciar las peculiaridades y la diversidad de las oportunidades presentes en todas las zonas del país.

El objetivo es convertirse en el campeón nacional del turismo experiencial.

Oficina de prensa

Mirandola Comunicazione

Daniele Gatti

daniele@mirandola.net

(+39) 393 8108869

² Fonte: Arival Traveler Path to Purchase Series 2021: Today's Tour Taker - Settembre 2021 - campione composto da 1000 viaggiatori attivi statunitensi risetto alle proprie intenzioni di viaggio per i prossimi 12 mesi. - 1,000 U.S. "active travelers" on their travel intentions for the next 12 months