

ACTUALITÉS

Un nouveau groupe italien né d'anciennes marques

il y a 1 jour

2 AJOUTER



La fusion de cinq marques italiennes donne naissance au premier groupe de tourisme en Italie, se déclinant sous toutes les offres de services : hôtels, agences réceptives, consulting, F&B et maisons de retraite.

L'annonce vient d'être faite. AG Group voit le jour, fruit de l'union des marques fondées par un seul et même entrepreneur, Andrea Girolami. Les anciennes sociétés, à savoir RSI (fondée en 2000), Italy Boutique Journey (2000), Italy Hotels Collection (2011), Hotel Consulting & Revenue management (2015) et Diana's Place (2017), vont être réorganisées et transformées pour devenir les entités du nouveau groupe.

L'objectif de cette fusion, entraînant un rebranding complet, est de rendre plus lisible l'offre de services en permettant un seul et même guichet d'entrée pour le tourisme en Italie.

Le groupe, qui compte 250 personnes, se décline ainsi:

- AG Hotels : collection de cinq hôtels haut de gamme (un sixième arrive en septembre 2019 et un septième à l'automne).

<https://www.hospitality-on.com/fr/fusions-acquisitions/un-nouveau-groupe-italien-ne-danciennes-marques>

HOSPITALITY ON

- AG Boutique Journey : à la fois agence réceptive, tour-opérateur et agence d'évènements, cette société est orientée pour la clientèle luxe.
- AG Hotel Consulting : agence de conseil et de gestion, avec un portefeuille de 30 établissements.
- AG Foodies : Restauration bistronomique présente à Rome, dans deux hôtels AG, et prochainement à Florence, dont les menus sont conçus par le chef étoilé Andrea Fusco.
- AG Domus Nova : nouveau service orienté pour le troisième âge, cette offre consiste en une collection de maisons de retraite de luxe.

L'Italie est caractérisée par une offre hôtelière essentiellement indépendante. Ce marché, représentant un total de 30 443 établissements pour 1,01 millions de chambres, n'est en effet que faiblement pénétré par les grandes chaînes d'hôtels, à hauteur de 9,3% en 2018 pour 804 hôtels soit 94 288 chambres (source : MKG Consulting). Par ailleurs, l'offre de chaîne se développe sur le segment économique d'un côté et de l'autre sur le haut de gamme, comme c'est présentement le cas avec AG Group, ce dernier s'inscrivant ainsi sur une tendance de fond.