



*Nuovo AD alla guida del Gruppo, restyling dello storico logo,
nuova brochure Estate 2017, offerta totalmente rinnovata*

VALTUR: COMINCIA UN ANNO DI NOVITÀ

“Tutta un'altra vita” è il nuovo payoff che promette una vacanza unica

15 febbraio 2017 – Valtur, celebre marchio icona del turismo italiano oggi guidato da **Elena David**, da dicembre **Amministratore Delegato**, dà avvio ad un nuovo importante capitolo della storia del brand, dove novità e conferme vanno di pari passo.

In questa missione, il nuovo AD è affiancata da **Jordi de las Moras, Chief Commercial & Marketing Officer** e da tutta la nuova squadra di professionisti chiamati a rafforzare il *core team* Valtur portando nuove competenze internazionali nell'hotel management.

Primo segnale del rinnovamento in atto è il **restyling del logo**, simbolo di "Italian Style" e vacanze in famiglia, che mantenendo il suo format originale diventa lineare, pulito, elegante nella sua semplicità. Il blu è confermato come colore di riferimento e i toni si fanno più brillanti e leggeri.

Nuovo anche il **payoff “Tutta un'altra vita”**, a sottolineare la promessa di Valtur di far vivere ai propri ospiti una vacanza “unica”, inedita perché ogni giorno sorprendente, per i colori del mare o per il gusto dei buoni piatti italiani, emozionante per gli spettacoli o per le nuove compagnie, ricca di momenti sempre diversi, semplicemente un'altra vita rispetto alla quotidianità della città.

Tutto ciò traspare già dalla copertina del **nuovo catalogo Estate 2017**: colorata, solare, allegra e sognante al tempo stesso, con al centro le persone.

L'attenzione ai propri ospiti per Valtur è una costante che si misura non soltanto nel servizio offerto durante il soggiorno, ma anche nell'interazione e nell'ascolto attraverso i **social network**.

Attivo su Facebook, Instagram, Twitter e TripAdvisor, Valtur utilizza questi canali come strumenti per dialogare direttamente con le persone. Persone al centro anche del nuovo contest **#vitavaltur**: una novità centrale della nuova stagione, che premierà le foto e i video più belli realizzati dalla community degli ospiti, protagonisti assoluti della prossima edizione del catalogo.

Famiglia, accoglienza, divertimento e condivisione sono i tratti distintivi di Valtur sui quali si fonda da sempre lo speciale legame affettivo con i suoi ospiti. Lo confermano le analisi di mercato recentemente svolte che riconoscono ai valori del brand la solida base su cui si fondano oggi continuità e rinnovamento dell'offerta Valtur.

Via libera alle novità, dunque, ma nel pieno rispetto del DNA del marchio, da sempre miglior interprete della vacanza italiana, con i suoi resort situati in alcune delle più belle località del nostro Paese. Il futuro poggia sugli storici asset Valtur: alto livello di ospitalità, offerta ristorativa ampia e di qualità, animazione ai massimi livelli e focus sulla vacanza in famiglia, che rimane il core target.

Oggi come ieri l'ospitalità Valtur rappresenta un modo diverso di vivere la vacanza: una **vacanza immersiva**, che pone l'ospite al centro dell'esperienza, come sottolinea Elena David: *“un invito ad essere semplicemente se stessi, a sfruttare la parentesi della vacanza come un'opportunità unica per lasciarsi andare, rigenerarsi, vivere di emozioni, amicizie, divertimento”*.



L'unicità della vacanza Valtur si traduce anche nello **stretto legame di ogni struttura con il suo territorio**, dall'architettura alla tavola. Nella **rinnovata offerta gastronomica**, le eccellenze locali trovano ampio spazio: è l'inizio di un nuovo percorso all'insegna del benessere e del gusto, della qualità e della varietà. Perché conoscere un luogo è addentrarsi nei suoi sapori, tra ricette regionali, materie prime e prodotti freschi reperiti localmente.

Massima italianità anche per il look dei Valtur: al bando ogni standardizzazione, i richiami allo stile locale personalizzano gli ambienti creando atmosfere originali e memorabili, mentre tutte le attenzioni sono rivolte a garantire il migliore confort e soddisfare le esigenze di famiglie con bambini.

Sul fronte dell'**animazione**, che ha sempre rappresentato un'eccellenza di Valtur, le **nuove formule di entertainment** mantengono l'anima del brand portando al contempo nuove forme di spettacolo, al passo con i gusti di oggi e idonee ad un pubblico internazionale: coreografie artistiche, musica e show ancora più coinvolgenti.

Per bambini e ragazzi, **Valturland** continua ad essere un mondo magico ricco di giochi e divertimenti, con programmi e attività mirate per le diverse fasce d'età, mentre per **le attività sportive** sono infinite le proposte tra cui scegliere per vivere le proprie passioni così come provare nuove esperienze.

Infine, novità assoluta, non solo per Valtur ma per l'intero settore, la **nuova formula dei soggiorni brevi**, che offre la possibilità di prenotare le strutture anche per uno o più giorni senza extra obbligatori. Nuova anche la flessibilità nelle date di partenza del soggiorno e nella formulazione dei pacchetti, con la quotazione a catalogo del soggiorno base e la possibilità di effettuare upgrade o scegliere a parte i diversi supplementi.

"Valtur intende adottare una chiara parity rate policy ispirata a coerenza ed affidabilità - commenta Jordi De Las Moras. "Coerenza e affidabilità che si riflettono nei rapporti con le agenzie di viaggi di ogni tipo, comprese le agenzie online, che hanno per noi un ruolo strategico".

"Il 2017 segna il grande ritorno di Valtur: un brand leader, che ricopre un ruolo di rilievo tra i marchi italiani che rappresentano il nostro Paese, e si riafferma come protagonista dello stile italiano dell'ospitalità sul mercato interno e sulla scena internazionale", conclude Elena David.

A proposito di Valtur

Valtur, marchio storico del turismo italiano, dal 1964 è leader nella gestione di resort turistici. Valtur opera attraverso accordi di affitto o management in destinazioni strategiche di vacanza, al mare e in montagna, per un totale, attualmente, di 16 resort in Italia e nel Mediterraneo, con servizi di eccellenza nell'ospitalità, ristorazione ed intrattenimento. www.valtur.it

Per ulteriori informazioni: **PR & PRESS: AD MIRABILIA** - valtur@admirabilia.it

Contatto: Sarah Pari – tel. +39 02 4382191 cell. +39 340 9096543