

Contatto Stampa :

Pedro Castro

GSM durante la fiera ITB (dal 5 al 10 marzo): +49 176 28316381

GSM: + 41 78 915 00 76

pedro.castro@attitudehotels.com

Lancio del primo marchio alberghiero per gay e lesbiche

Berlino, il 6 Marzo 2008. All'occasione della fiera internazionale del turismo di Berlino ITB, il marchio Attitude Hotels è pronto per essere lanciato dal suo fondatore Pedro Castro, lui stesso gay. Attitude Hotels vuole essere il punto di riferimento per i viaggiatori gay e lesbiche che ricercano la qualità. Gli hotel raggruppati sotto il marchio Attitude Hotels devono garantire un'accoglienza e un servizio specialmente concepito per un pubblico gay e lesbico. www.attitudehotels.com permette di prenotare delle notti in hotel ripartiti in 3 categorie : Attitude Premium, Attitude Comfort, Attitude Value.

La società Community Marketing, specializzata nel marketing gay e lesbico, stima che il mercato americano dei viaggiatori gay e lesbiche sia stato pari a 65 miliardi di dollari nel 2007¹. Il rapporto inglese Outright 2006² tiene a precisare che lo stipendio medio della popolazione gay è superiore a quello degli eterosessuali. Gli specialisti del mercato hanno denominato questo segmento di mercato gay e lesbico «DINK» (Double Income No Kids, ovvero, Doppie Entrate Senza Figli). Questi ultimi utilizzano il loro denaro e il loro tempo libero per viaggiare con una frequenza maggiore. Il 77% dei gay e lesbiche che viaggiano hanno dichiarato di aver prenotato dove dormire su internet, con una media di 14 pernottamenti all'anno³. Dopo aver fatto esperienze deludenti ed inadatte e dopo non poche difficoltà nel trovare il giusto indirizzo gay, Pedro Castro ha deciso di lanciare Attitude Hotels. Partendo dal presupposto che l'approccio « gay friendly » non basta, Pedro Castro, gay, ha sviluppato un concetto più autentico e «gay natural».

Attitude Hotels è una selezione di hotel, pensioni e guesthouse concepiti, immaginati e sviluppati per soddisfare in modo prioritario il viaggiatore gay e lesbico. Questa vasta gamma di proposte garantisce standard di qualità e un livello di servizi chiaramente definiti e inoltre un'autenticità e un'esperienza del tutto «gay natural». Lo scopo è quello di offrire ai gay e alle lesbiche un marchio di qualità che corrisponde alle loro aspettative. Per garantir loro una scelta chiara, Attitude Hotels ha definito tre categorie :

- Attitude Premium : Hotel di lusso dal carattere eccezionale che offrono un servizio personalizzato.
 - Esempio: Royal Palms, Berns hotel, Masia Casanova
- Attitude Comfort : Hotel di grande confort, dall'atmosfera sofisticata e servizio di qualità
 - Esempio: Legends Hotel, Haus Romeo, Hotel Königshof
- Attitude Value : Prezzo attraente, atmosfera rilassante e servizio qualità
 - Esempio : Stars Guesthouse, Liberty Hotel, Connection Guesthouse

1 | « 12th Annual Gay and Lesbian Tourism Study, 2007 » by Community Marketing, Inc. at www.communitymarketinginc.com

2 | « Outright 2006 survey » commissioned by Channel 4, MOD Insight and Gaydar Radio at www.outrightresearch.co.uk

3 | « 12th Annual Gay and Lesbian Tourism Study, 2007 » by Community Marketing, Inc. at www.communitymarketinginc.com

Attitude Hotels precisa inoltre la tipologia di clientela: «gay», « lesbica», «gay e lesbica» oppure « hetero friendly». Questa filosofia si riflette nel marchio Attitude Hotels. La connotazione associata alla parola «attitude» è quella di un saper vivere e di un modo autentico e naturale di condividere qualcosa con gli altri.

Il fondatore Pedro Castro analizza il mercato alberghiero nel seguente modo: *«Bisogna costatare che oggi gli hotel per gay, lesbiche e hetero friendly sono nelle mani di gruppi alberghieri piccoli e indipendenti. Questo settore soffre della mancanza di un riconoscimento, di visibilità e di certificazione a livello internazionale. Inoltre il finanziamento di questo settore non permette di possedere mezzi necessari per una commercializzazione fruttuosa. Il marchio Attitude Hotels rappresenta per gli albergatori un'opportunità tecnologica, commerciale e di marketing che valorizzerà i loro hotel e il loro approccio specifico».*

Per il suo lancio, Attitude Hotels propone una prima selezione di più di 25 hotel situati in Austria, Belgio, Francia, Germania, Malta, Paesi Bassi, Portogallo, Regno Unito, Repubblica Ceca, Spagna, Stati Uniti, Svezia, Svizzera e Ungheria. L'obiettivo è quello di sorpassare la soglia di 100 hotel sparsi in tutto il mondo a partire dall'anno prossimo. Al momento del lancio, il sito internet sarà accessibile soltanto in inglese. www.attitudehotels.com permette a tutti i navigatori di prenotare direttamente le loro notti in hotel grazie alla funzione di prenotazioni realizzata dalla società tedesca Touronline. Questo tipo di prenotazioni e d'informazioni rappresenta una soluzione per i piccoli hotel e le piccole strutture che non hanno capacità finanziarie per lanciare e gestire un sistema di prenotazioni online.

Pedro Castro aggiunge: *«Le prospettive di sviluppo sono molteplici. Presto Attitude Hotels estenderà la propria selezione d'hotel innanzitutto in Francia, Italia, Grecia e in Spagna. In seguito l'allargamento si concentrerà su un'offerta viaggi più vasta nel continente americano. Dal punto di vista tecnologico, la volontà è chiara: Innovazione online per i membri e utilizzatori del servizio. Dal mese di maggio sarà disponibile un nuovo servizio unico al mondo. Per quanto riguarda i membri, Attitude Hotels vuol essere la piattaforma di lancio autentica e preofessionale di comunicazione fra destinazioni turistiche dinamiche e le comunità di viaggiatori, sia gay che lesbiche. Il primo esempio sarà annunciato a partire da domani con una città scandinava».*

John Tanzella, direttore dell'International Gay and Lesbian Travel Association (IGLTA – www.iglta.org) dichiara: *«Ricevo una forte richiesta da parte di viaggiatori gay e lesbiche alla ricerca di hotel di qualità che si avvicinino di più al loro stile di vita. Ancora oggi gay e lesbiche devono arrangiarsi come possono per trovare il prodotto alberghiero che sia di loro gradimento. Mi sembra proprio che Attitude Hotels sia la soluzione a questo problema».*

#####

Attitude Hotel appartiene interamente a Attitude Hotels srl, una società gay la cui sede principale si trova a Zurigo, Svizzera. Il suo fondatore e direttore, Pedro Castro, è un uomo gay che lavora da circa 10 anni nell'industria del marketing, nella distribuzione e nel settore turistico con un interesse speciale per l'industria alberghiera e compagnie aeree. Oggi Pedro Castro è un vero cittadino del mondo che parla perfettamente 5 lingue. Per ulteriori informazioni consultare il sito internet www.attitudehotels.com