

# BUSINESS MEETING OTTIMA CRESCITA DOPO LA CRISI



**La società.** Per maggiori informazioni, è possibile visitare il sito [www.pngroup.management](http://www.pngroup.management)

## In ripresa

■ In netta ripresa dopo il periodo buio del Covid-19, il comparto legato agli eventi e al turismo, a oggi, sta difendendo la propria ascesa.

Se le restrizioni imposte dal rapido diffondersi della pandemia avevano proibito qualsiasi momento di ritrovo e convivialità fin dai primi mesi dello

scorso anno, la fase attuale è decisamente più rosea.

Abbiamo avuto modo di discutere delle prospettive future del comparto con Riccardo Pistoia, marketing and sales director di PNGroup. Il gruppo indipendente del territorio bresciano, nato da un'intuizione del direttivo di H.E.R. Management, si occupa in ottica manageriale di dialogare con la meeting industry, con il mondo dell'hôtellerie e con quel-

lo legato all'organizzazione di eventi e cerimonie.

Valutando l'andamento della propria fetta di mercato di appartenenza sono emerse alcune tendenze leggermente divergenti ma, in ogni caso, positive. Il settore legato alle conferenze e agli incontri aziendali, per esempio, ha subito un deciso mutamento rispetto all'epoca pre-Covid: oggi si agisce con meno anticipo rispetto al passato, invece di programma-

re con ampio preavviso meeting con scadenza trimestrale e semestrale, viene preferito un approccio più improntato sul breve periodo con deadline organizzative che spesso non si spingono oltre i quindici giorni. Il mercato - rivela Pistoia - sta tendendo a correre verso l'opportunità del fare.

Il settore relativo ai matrimoni, invece, si configura come core business di PNGroup con oltre 350 cerimonie seguite su base annua nelle diverse location gestite dall'impresa. In questo caso, trattandosi di scelte slegate da ogni modello strategico, il propulsore è da individuare nell'ampia risonanza che il «grande giorno» ha all'interno della cultura italiana. Così, salvo qualche cambio data, il settore ha retto e, attualmente, il trend in crescita ne sta garantendo una buona continuità.

**Approccio step by step.** Se il periodo pandemico ha costretto a uno stop forzato eventi, incontri e celebrazioni, non si è, invece, mai fermato il team di PNGroup. Un momento delicato che si è trasformato in una vera e propria scuola di management: unendo l'approccio più cartesiano dell'amministratore delegato dell'azienda - Matteo Garosio - con quello di stampo umanistico del direttore commerciale e marketing, è stato pensato un percorso da disegnare step by step, con attività commisurate alle norme di contenimento della pandemia.

In questo modo, è stato possibile ottenere dei risultati costanti e correggere prontamente la rotta da seguire nel caso in cui si fossero evidenziate delle problematiche. Oggi, tenacia e passione sono valori aggiunti del gruppo. //

## Quando la cultura diventa strategia: il metodo del gruppo

### Le strutture

■ PNGroup può contare su un'expertise maturata nel corso di vent'anni di attività e presenza sul territorio. L'impresa si muove in quattro settori strategici: la ristorazione, l'hôtellerie, il wedding e la business industry. Cinque strutture di eccellenza del territorio della Franciacorta sono il fiore all'occhiello del gruppo: Villa Fenaroli Palace Hotel, a Rezzato (BS); Relais Franciacorta a Corte Franca (BS); Borgo Santa Giulia a Corte Franca (BS); La Colombera Golf Resort a Castrezzato (BS) e, per finire, il ristorante Pio Nono a Erbusco (BS). Esperienza, tensione innovativa e conoscenza del territorio sono i fattori identificativi di PNGroup, così come lo sguardo sempre rivolto all'innovazione e la ricerca. La strategia aziendale viene guidata verso

una costante crescita del proprio capitale umano e finanziario. Coraggio, curiosità e senso di appartenenza rappresentano il motore della crescita e dello sviluppo interno. PNGroup si orienta al mercato con profonda attenzione al cliente, il cui patrimonio umano ed aziendale viene messo al centro di ogni progetto. La missione include anche il benessere, vissuto come esperienza unica in una delle strutture d'eccellenza.

La condivisione con il cliente della passione per il comfort e l'eleganza sono valori che danno



**Eccellenza.** Villa Fenaroli Palace Hotel, alle porte di Brescia //

solidità alla filosofia aziendale. Lo studio costante in materia di ospitalità e la curiosità intellettuale sono peculiarità che contraddistinguono la personalità dell'azienda e che rappresentano al meglio l'unicità di un territorio tutto da scoprire.

L'approccio aziendale, poi, si basa su solide strategie di marketing multinazionale che vanno a intercettare il turista che si configura come una vera risorsa per l'intero territorio. Oggi, grazie alla

tenacia di tutti i collaboratori del gruppo, PNGroup si configura come un punto di riferimento nel settore del marketing territoriale e turistico. Per il futuro, invece, ci si propone di diventare un collettore di partner e decisorio di mercato che possano aprire una tavola valoriale proprio a partire dall'approccio tipico di PNGroup. //

**PNGroup, con 5 strutture nel territorio della Franciacorta proietta il gruppo verso un futuro brillante**