

Comunicazione & Giornalismo - *Club Esse sceglie Bortolan, Carnevali & Partners per la comunicazione del gruppo e dei nuovi progetti di ristorazione*

Roma - 27 mag 2026 (Prima Notizia 24) **Bortolan, Carnevali & Partners ha acquisito la gestione della comunicazione corporate del gruppo alberghiero Club Esse, specializzato nell'ospitalità leisure in Italia. Questa collaborazione mira a valorizzare i progetti di ristorazione e le destinazioni turistiche, con un focus particolare sulla Sardegna. L'agenzia, con oltre trent'anni di esperienza, punta a rafforzare l'identità del brand in un settore turistico sempre più competitivo, rispondendo alla crescente domanda di coerenza e desiderabilità da parte dei clienti.**

Nuovo importante ingresso nel portfolio di Bortolan, Carnevali & Partners: il gruppo alberghiero Club Esse, realtà consolidata dell'ospitalità leisure italiana presente nelle principali destinazioni turistiche del Paese, ha scelto l'agenzia per la gestione della comunicazione corporate e dei nuovi progetti legati alla ristorazione e all'esperienza di destinazione. L'incarico rafforza ulteriormente il posizionamento dell'agenzia nei settori hospitality, hotellerie, food & wine e destination management, ambiti nei quali Bortolan, Carnevali & Partners ha sviluppato negli anni un approccio sempre più verticale e specializzato. La collaborazione riguarderà la comunicazione strategica dell'intero gruppo Club Esse, con particolare attenzione alla valorizzazione dei progetti di ristorazione e delle destinazioni turistiche in cui il brand è presente, soprattutto in Sardegna – da Cala Gonone a Stintino, passando per Baia Sardinia e Palau – ma anche in Calabria, Puglia, Lazio e Valle d'Aosta. Fondata dai giornalisti Belinda Bortolan e Fabio Carnevali, entrambi con oltre trent'anni di esperienza nella comunicazione e nelle PR, l'agenzia ha costruito nel tempo un modello integrato che unisce ufficio stampa, media relations, branding, strategia digitale e reputation management, accompagnando aziende e gruppi in percorsi di posizionamento coerenti e duraturi. Per Club Esse, la partnership rappresenta un passaggio significativo in una fase di ulteriore crescita. Con 15 strutture e oltre 2.000 camere, il gruppo si conferma una realtà consolidata dell'ospitalità italiana, fondata su un equilibrio tra organizzazione, accessibilità, qualità del servizio e attenzione all'esperienza degli ospiti. «La scelta di affidare la nostra comunicazione a Bortolan, Carnevali & Partners nasce dalla rara sintonia che abbiamo riscontrato sin dal primo incontro – afferma Michele Spiga, founder & owner del Gruppo Club Esse –. Cercavamo un partner che possedesse una conoscenza profonda delle dinamiche dell'ospitalità e che fosse in grado di cogliere le sfumature più autentiche del nostro prodotto». Secondo Fabio Carnevali, co-founder dell'agenzia, questa acquisizione conferma la direzione intrapresa da tempo dalla società di comunicazione. «Vogliamo lavorare con brand che abbiano visione e un potenziale chiaro da esprimere. Club Esse è una realtà che negli anni ha costruito una presenza solida e riconoscibile. Il nostro lavoro sarà accompagnare questa identità in un

racconto coerente, contemporaneo e capace di restituirne tutta la forza». La collaborazione nasce in un momento in cui il settore turistico richiede ai brand non solo visibilità, ma anche capacità di costruire percezione, desiderabilità e coerenza narrativa tra corporate identity ed esperienza offerta al cliente. «Oggi i progetti più interessanti sono quelli in cui più livelli convivono e si rafforzano a vicenda: il gruppo, i territori, la ristorazione, l'esperienza – sottolinea Belinda Bortolan, co-founder –. Club Esse ci permette di lavorare proprio in questa intersezione, con un incarico articolato che riflette bene il nostro metodo e la nostra idea di comunicazione». Nel 2026 il turismo incoming verso l'Italia continua infatti a muoversi in un quadro favorevole, sostenuto dalla forte attrattività delle destinazioni italiane e da una domanda internazionale ancora centrale, pur in un contesto più competitivo e selettivo. «Il turismo incoming sta vivendo una fase interessante: cresce ma chiede ai brand maggiore chiarezza, personalità e capacità di costruire fiducia – spiega Claudiana Di Cesare, partner e chief marketing officer di Bortolan, Carnevali & Partners –. Oggi non basta più avere un'offerta solida, bisogna saperla rendere leggibile, coerente e desiderabile nel tempo». Per il gruppo Club Esse, la nuova partnership punta dunque a rafforzare il racconto del brand e la riconoscibilità della propria identità nel panorama dell'ospitalità italiana. «Abbiamo trovato in Bortolan, Carnevali & Partners il perfetto mix tra competenza tecnica e rapporto umano fondato sulla condivisione di valori – conclude Michele Spiga – elemento indispensabile per raccontare al meglio la nostra visione di ospitalità e accoglienza».

di Maurizio Pizzuto Mercoledì 27 Maggio 2026