

Soltour incorporará Túnez y Cabo Verde a sus operaciones y repetirá el vuelo directo Madrid-Samaná en 2019

Tanto el turoperador de Grupo Piñero como su división de receptivo, Coming2, evolucionan sus marcas y posicionamiento como co-creadores de viajes

23 DE ENERO DE 2019.- Grupo Piñero, grupo turístico familiar líder en el segmento vacacional en el Caribe, anuncia con motivo de la feria internacional de turismo FITUR, que se celebra en Madrid entre los días 23 y 27 de enero, algunas de sus novedades previstas para 2019.

Soltour acercará Túnez y Cabo Verde a sus clientes

Soltour, el turoperador del grupo integrado en su unidad de negocio *Travels*, iniciará este año operaciones a Túnez con origen en España y Portugal y brindará a sus clientes portugueses la posibilidad de visitar Cabo Verde. Además de estos dos nuevos destinos, incrementará sus vuelos con destino a Agadir y Saidia (Marruecos), lanzados en 2018 y que registraron unas buenas cifras el pasado año.

En 2019, Soltour dará continuidad asimismo al vuelo directo entre Madrid y Samaná, una de las regiones más espectaculares de República Dominicana, que el pasado año transportó a 3.200 viajeros entre los meses de junio y septiembre y registró ocupaciones superiores al 95%.

Soltour y Coming2 estrenan nuevo concepto de marca, posicionamiento e identidad visual

Además de las novedades en su oferta de destinos, Soltour arranca 2019 con una evolución de su marca y posicionamiento: un cambio que afecta también a Coming2, y que da continuidad al despliegue de la nueva arquitectura de marca de Grupo Piñero iniciado en 2018.

Los logotipos de Soltour y Coming2 han sido sometidos a un *restyling* de su tipografía y se ha creado además un nuevo universo gráfico compartido, pero con elementos distintivos para cada marca.



El principal objetivo de este *rebranding* es evolucionar la concepción del mundo de los viajes de las dos marcas para volverlas más competitivas y prepararlas para los retos que tienen por delante. Bajo su nuevo posicionamiento, Soltour y Coming2 conservan la esencia de las actividades de turoperación y receptivo, pero plantean una visión más inclusiva de qué es viajar, en que los distintos agentes implicados, empezando por el propio consumidor, co-crean el viaje.

Javier Castillo, Director General de Soltour, y Ricardo Moreno, Director General de Coming2, coinciden en que “con este *rebranding* perseguimos ocupar un nuevo territorio, presentándonos ante nuestros clientes como colaboradores en la creación de sus viajes”. “En el contexto actual, los consumidores han aprendido a viajar por sí mismos, pero son todavía muchas las ocasiones en que prefieren no construir solos esos viajes y dejarse acompañar por turoperadores o empresas de receptivo como nosotros o por las propias agencias de viajes para que les ayudemos a tener la mejor experiencia posible”, ha añadido Castillo.

Para Isabel Piñero, Vicepresidenta de Marketing y Comunicación de Grupo Piñero, “la evolución de Soltour y Coming2 da continuidad a nuestra apuesta por fortalecer todas nuestras marcas comerciales, iniciada por nuestra división hotelera y consolidada hace justo un año con nuestra nueva arquitectura de marca”.

En 2019, la web de Soltour integrará asimismo las ventajas del programa de fidelización My Bahia Principe, lo cual permitirá que quienes se alojen en los hoteles de Bahia Principe Hotels & Resorts puedan disfrutar de los beneficios de dicho programa (wifi premium, check-in express, transfers gratuitos...) tanto si reservan su estancia directamente con la cadena hotelera como a través de su agencia de viajes.

Bahia Principe Hotels & Resorts: dos décadas en México

Por su parte, la división hotelera de Grupo Piñero, integrada en la unidad de negocio *Living Resorts*, conmemora en 2019 el 20º aniversario de su llegada a México: demarcación en la que cuenta actualmente con cuatro establecimientos.

Bahia Principe Golf; celebrará su 1º Torneo Bahia Principe en República Dominicana

El nuevo campo de golf que Grupo Piñero inauguró en 2018 en República Dominicana, el “*Ocean’s four*”, será el escenario en el mes de mayo del 1º Torneo de golf Bahia Principe para el mercado español en República Dominicana

Para más información, contacta con:

Rocío Rivas

r.rivas@romanyasociados.es | (+34) 915 915 500

Sobre Grupo Piñero

Grupo Piñero es un grupo turístico español presente en toda la cadena de valor de la industria vacacional. Ocupa posiciones de liderazgo internacional en el Caribe y basa su propuesta de valor en tres pilares: su capacidad de generar confianza; un servicio que persigue la excelencia, la cercanía y la atención al detalle; y una relación calidad/precio único en sus distintos segmentos de actividad. Grupo Piñero, que cuenta con un equipo integrado por 14.700 profesionales, gestiona 9 millones de estancias turísticas al año de clientes de más de 30 países. En 2017, registró un EBITDA de 205 millones y su facturación aumentó un 8% respecto al año anterior.

Grupo Piñero cuenta con tres unidades de negocio: *Living Resorts*, para su actividad hotelera, residencial y de golf, que integra a 27 hoteles y más de 13.000 habitaciones en República Dominicana, México, Jamaica y España; *Travels*, para sus marcas de turoperación (Soltour) y receptivo (Coming2); y *Services*, que agrupa otros servicios (transporte sostenible dentro de complejos, realización de vídeos y reportajes fotográficos, actividades lúdicas...).

La estrategia de Grupo Piñero gira en torno a tres pilares fundamentales –la digitalización, el equipo humano y la experiencia del cliente–, y tiene a la sostenibilidad como hilo conductor, bajo el convencimiento de que la compañía debe realizar una contribución económica, social y medioambiental positiva en los países en los que opera.