

La società finanziaria ha affidato al gruppo la gestione dell'ultimo acquisto: l'ex Holiday Inn Bologna City

di MARIELLA CATTANEO

MILANO - Oltre gli investimenti immobiliari e oltre il franchising. L'ultima mossa di Una Hotels & Resorts è nel campo del management con la gestione dell'ormai ex Holiday Inn Bologna City, che dallo scorso 1° luglio è diventato Unaway Hotel Bologna Fiera. La struttura da 161 camere è stata infatti acquisita da Unipol Gruppo Finanziario Spa, che ha scelto appunto il gruppo alberghiero Una per la gestione e la commercializzazione sotto il brand Unaway. «Si tratta di un'operazione molto importante - commenta Daniele Giovenali, business development director di Una Hotels & Resorts - che rappresenta, per noi compagnia alberghiera italiana, anche un elemento di prestigio. La scelta di Unipol è anche un riconoscimento alle nostre capacità gestionali».

«Dipende dalle opportunità e dai momenti, ma certo lo sviluppo futuro del gruppo avverrà attraverso tutte le formule disponibili - prosegue Giovenali - quindi non soltanto tramite investimenti immobiliari e franchising ma anche con il management. Una formula che in Italia e da parte di gruppi italiani vede pochi esempi concreti, mancano le operazioni importanti. Direi che in questi primi otto anni di attività siamo stati in grado di individuare e sviluppare operazioni che altri non hanno saputo cogliere».

Con Unaway Bologna diventano sette le strutture con questo marchio (che si affianca alle altre due linee del gruppo, Una Hotels e Una Resort): l'hotel Mirabella Sud -

“E' sicuramente un'operazione molto importante che per noi, compagnia alberghiera italiana, rappresenta un riconoscimento di prestigio alle nostre capacità gestionali”

## Unaway nel management fa coppia con Unipol: debutto a Bologna Fiera



Uno scorcio dell'Unaway Hotel Bologna Fiera

A16 (Avellino), l'hotel Montepulciano Ovest - A1, l'hotel Montepulciano Est - A1 (Siena), l'hotel Occhiobello - A13 (Ferrara), l'hotel Roma Nord e l'hotel Firenze Nord - A1 (Firenze). «In arri-

vo, per il 2009, ci saranno altri due alberghi della gamma Unaway» segnala Giovenali, sottolineando le peculiarità del marchio e il fatto di essere stati i primi a proporre questo tipo di strutture per le soste lungo la rete autostradale. Un esempio che è poi stato seguito da altri gruppi: «Il mercato è aperto e c'è spazio per tutti - sostiene il direttore sviluppo -, ma...noi siamo più originali. L'originalità è quella che viene riconosciuta in quel "way" che non è soltanto la "via" ma anche il modo di essere delle strutture ("l'Una way", appunto) e cioè mai uguali una all'altra, perché il territorio è diverso e le sue caratteristiche devono essere interpretate e riproposte nell'albergo». Le novità coinvolgono anche la linea resort, che ha visto la recente apertura dell'Una Hotel Versilia,

con «un paio di altre strutture che saranno inaugurate tra fine 2008 e inizio 2009 - ribadisce Giovenali - mentre è prevista per fine anno anzi più realisticamente per inizio del prossimo, il termine della ristrutturazione di un city hotel a Roma, con 200 camere in zona Termini». E' programmata infatti per settembre l'inaugurazione dell'Una Hotel Regina, il city resort a Torre del Mare (10 chilometri da Bari) grazie ad un accordo di franchising, che si aggiunge alla linea resort di alto livello.

Chiuso l'esercizio 2007 con un fatturato di quasi 55 milioni di euro, Una Hotels non nega progetti di sviluppo oltre i confini italiani: «Non poniamo limiti all'espansione - conclude Giovenali -; guardiamo con interesse all'Europa, non a brevissimo, certo, ma per il futuro perché no».

Daniele GIOVENALI



Il brand riunisce un tris di alberghi a gestione familiare con personalità e target ben distinti

## Harmony's: tre strutture per vivere la Carinzia a 4 stelle

di CINZIA BERARDI

BAD KLEINKIRCHHEIM - Tra i monti della Carinzia, anche nelle località più turistiche, il modello alberghiero resta quello a gestione familiare: difficilmente da queste parti si troveranno le insegne delle catene internazionali che, in nome di un'accoglienza di sicura affidabilità, appiattiscono l'esperienza del soggiorno in hotel.

Qui l'ospitalità, anche se spesso parla anche italiano per soddisfare un mercato importante e vicinissimo, rispecchia in tutto le tradizioni locali, dall'arredamento alla gastronomia. Quando si presenta l'esigenza di un marketing più incisivo, anziché cedere al solito franchising, gli albergatori preferiscono associarsi tra loro, magari alleandosi con la concorrenza della porta accanto. Nasce così il marchio Harmony's, che riunisce tre alberghi a quattro stelle appartenenti ad altrettante famiglie, ciascuno con una specifica personalità e rivolto ad un target preciso: il Kirchheimerhof ha il suo punto di forza in una spa da 2 mila 500 metri quadri ed è per questo adatto soprattutto alle vacanze benessere; il Karnt-



L'hotel Karnerhof è costruito sulle rive del lago Faaker See

nerhof è invece un piccolo paradiso per i bambini, che hanno a disposizione un parco giochi da 300 metri quadri e tantissime attività a loro dedicate; infine l'hotel Pragant, ideale per le coppie data la sua atmosfera intima e le suite a tema dedicate al Sole, alla Luna e alla Terra. All'origine di Harmony's c'è la volontà, da parte delle famiglie Hinteregger, Krenn e Pragant, di moltiplicare i servizi per gli ospiti, che possono usufruire di tutte le strutture dei tre hotel: ad esempio la spa del Kirchheimerhof oppure i ristoranti, dove la cucina tipica carinziana si abbina con raffinatezza a quella internazionale.

Bad Kleinkirchheim offre, dal

canto suo, tutto quello che ci si può aspettare da una stazione alpina d'alto livello, che accoglie ogni anno 150 mila visitatori: cento chilometri di piste per lo sci da discesa e, nella bella stagione, un campo da golf a 18 buche, mille chilometri di sentieri tra i monti del parco nazionale Nockberge e 40 percorsi per la mountain bike. Completano l'offerta due maneggi, 28 campi da tennis - tre dei quali indoor - ma soprattutto il Romerbad, centro termale ristrutturato due anni fa nello stile delle antiche terme romane, che si estende su 12 mila metri quadri e dispone di varie piscine e di ben 14 tipi di sauna a varie temperature.

Anche se la conoscenza dell'ita-

liano è molto diffusa negli hotel austriaci, è stata creata qualche anno fa una specifica associazione alberghiera - "Austria per l'Italia" - che conta un centinaio di strutture dove è possibile trovare menu, giornali e canali televisivi in italiano e dove il personale parla la nostra lingua. Una di queste - sempre in Carinzia - è il Karnerhof, nei pressi di Villach, dove si può far tappa sulla via del ritorno in Italia per sperimentare un relax diverso: quello di una vacanza al lago. Il Faaker See, ai piedi dell'imponente massiccio di Mittagkogel, entra da protagonista, con il suo panorama, nelle suite dell'albergo fondato 70 anni fa dalla famiglia Melcher. Lo si può ammirare dalla terrazza della camera, dalla sala colazione all'aperto oppure provarlo direttamente dalla spiaggia del Karnerhof, dopo aver attraversato un curatissimo giardino da 100 mila metri quadri che digrada verso la riva.

L'hotel, che dispone di un grande centro benessere con sauna e piscina, organizza escursioni guidate sui sentieri, gite in bicicletta e tante altre attività sportive e ricreative a rotazione settimanale.

Espansione

## Sovereign Hospitality accende i riflettori sul mercato italiano

MILANO - L'Italia nel mirino di Sovereign Hospitality Holdings, che punta ad ampliare il portfolio di hotel, resort e immobili attraverso acquisizioni strategiche e il finanziamento e lo sviluppo di progetti immobiliari, alberghieri e turistici proprio nel nostro Paese. La società del gruppo di investimento kuwaitiano M.A. Kharafi, che opera nei settori immobiliare e turistico-alberghiero e ha un portafoglio immobiliare e di attività turistico-alberghiere stimato in 800 milioni di dollari Usa, mira ad espandere la propria presenza sia nei mercati emergenti sia in quelli consolidati.

Il portafoglio della società crescerà significativamente con il completamento di altre 11 strutture alberghiere in costruzione, che con le loro mille 800 camere, porteranno il potenziale recettivo che fa capo alla Sovereign Hospitality Holdings a 5 mila 800 camere entro il prossimo triennio, per un totale di 32 alberghi in 10 Paesi. «Il nostro obiettivo, con il sostegno del Kharafi Group, è quello di espanderci attraverso acquisizioni strategiche in Italia e nel resto del mondo» dichiara Mohamed Fahmy, ceo di Sovereign Hospitality Holdings.