

Una, tre brand per il mercato

Si presenta alla Bmt con la forza di un prodotto sempre più compatto e incisivo Una Hotels & Resorts, che dopo la fase iniziale della propria attività incentrata sul Nord si sta ora espandendo sul territorio italiano grazie soprattutto all'operazione Una Way, recentemente presentata dal direttore commerciale Daniele Giovanali.

Sono tre i brand con cui il gruppo alberghiero si pone all'attenzione degli operatori del Centro-Sud.

Molte novità di un'offerta che ha subito un rapido e deciso impulso verso la diversificazione delle strutture ricettive. Il brand Una Hotels è costituito da 14 alberghi metropolitani presenti in Lombardia e Toscana e, nei



prossimi mesi, sbarcherà anche in Sicilia, Campania e Lazio; si rivolge in special modo ai viaggiatori d'affari. Sono già a quota quattro gli Una Resorts, dimore immerse nella campagna toscana, progettati per soggiorni di relax, benessere e sport. Infine gli Una-Way Hotels,

alberghi situati presso le aree di servizio della rete autostradale italiana, che si propongono al mercato come tipologia di ospitalità innovativa: si tratta di strutture multitarget, quindi punti d'incontro per meeting di lavoro, o di sosta durante i viaggi turistici in auto o in moto.

Le new entry in vista nello stand del gruppo sono due: il resort Una Poggio dei Medici di Scarperia, nell'area fiorentina, dotato di sale riunioni, spa e anche un campo da golf, e l'Una Hotel Palace di Catania, di imminente apertura. Quest'ultima struttura è ricavata dal restauro di un palazzo storico situato nel suggestivo centro della città siciliana; la sua inaugurazione è in programma per l'estate prossima.