SINA Hotels, nuovo immagine corporate: il simbolo è una conchiglia

SINA Hotels, il gruppo presieduto dall presidente di Federalberghi **Bernabò Bocca**, ha deciso di dare una nuova identità al proprio corporate. In occasione del debutto all'estero e l'affiliazione del prestigioso hotel nella zona tra Bordeaux e Cognac, ovvero il **Castello di Mirambeau** appartenente alla catena Relais & Châteaux, la proprietà cambia immagine scegliendo il simbolo della conchiglia per raccontare una storia di passione, tradizione familiare, cura, stile, eleganza che dura da sessant'anni.

A racchiudere l'identità della proprietà che affonda le sue radici nel nucleo familiare, che considera la tradizione un valore e che ha come elemento caratterizzante il culto italiano dell'ospitalità, sarà dunque la conchiglia. La conchiglia è molte cose insieme: rievoca il suono del mare, entra nell'immaginario del gioco, si fa elemento di nascita come in rappresentazioni pittoriche quali la Venere del Botticelli, ma è anche straordinario elemento architettonico capace di enfatizzare il legame tra natura, arte e bellezza.

SINA Hotels oggi conta una collezione di 12 hotel luxury: il SINA Bernini Bristol a Roma; il SINA Villa Medici a Firenze; il SINA Centurion Palace e il SINA Palazzo Sant'Angelo a Venezia; il SINA De la Ville e SINA The Gray a Milano; il SINA Villa Matilde a Torino; il SINA Brufani a Perugia; il SINA Astor a Viareggio; il SINA Maria Luigia a Parma; il Bellevue a Cortina d'Ampezzo; Château de Mirambeau a Bordeaux.