Gruppo UNA ricomincia da tre: i nuovi brand della prima catena alberghiera italiana

Presentati oggi i piani di sviluppo e la nuova brand identity di **Gruppo UNA**, la prima catena alberghiera italiana per numero di hotel e camere presenti sul territorio.
L'evento si è svolto alla presenza di Mario Zucchelli, Presidente Gruppo UNA, che ha accolto ospiti e Autorità introducendoli alla scoperta del nuovo brand, di Gian Luca Santi, Amministratore Delegato Gruppo UNA e di Fabrizio Gaggio, Direttore Generale Gruppo UNA.
Gruppo UNA, di proprietà UNIPOL Gruppo S.p.A., nasce nel 2017 dall'unione delle due catene alberghiere Atahotels e UNA Hotels & Resorts.
Il percorso di integrazione arriva oggi a un punto di svolta e di partenza: svolta perché un nuovo protagonista entra nello scenario turistico italiano con una identità, una mission e valori ben definiti; punto di partenza perché comincia un percorso di sviluppo proiettato verso il futuro, fondato su di una solida base finanziaria e un approccio innovativo al business alberghiero.
"Oggi vi presentiamo il risultato di una sinergia aziendale: così come Gruppo Unipol gioca un ruolo da protagonista nel panorama assicurativo, parallelamente Gruppo UNA sarà un'eccellenza nel settore alberghiero italiano. Di fronte alla scelta di come gestire i due brand alberghieri, Gruppo Unipol ha deciso di investire nel loro sviluppo e creare un nuovo soggetto che non esisteva prima, con una propria identità e portatore di un upgrade di contenuti valoriali" – ha dichiarato **Mario Zucchelli**.
"Crediamo nelle grandi potenzialità del comparto turistico italiano; con un contributo totale all'economia italiana pari al 13% del PIL, nel turismo si gioca una grande opportunità imprenditoriale. Un'opportunità carica di sfide che noi affrontiamo facendo convergere due culture aziendali simili che mettono al centro della loro missione il servizio al Cliente" – aggiunge **Gian Luca Santi**. "Abbiamo concepito un gruppo alberghiero con grandi potenzialità di espansione che derivano dall'impronta data in fase di fondazione. Gruppo UNA porta infatti una formula innovativa nel settore alberghiero perché per primo in Italia applica un modello di business che separa l'asset immobiliare dalla gestione alberghiera.
Conclude Santi: "Parliamo di dove siamo e dove vogliamo andare. Nel 2017 Gruppo UNA ha chiuso l'anno fiscale con un revenue di 135 milioni di euro e 1,4 milioni di presenze ben bilanciate tra clienti business e leisure. Quest'anno l'occupazione camere è salita al 64% durante il primo semestre e le

nostre previsioni di chiusura 2018 sono ulteriormente migliorative rispetto all'anno precedente; questi risultati rappresentano il punto di partenza di un positivo e costante percorso di crescita in cui crediamo molto".

Con oltre 5.000 camere e 40 Urban Hotel, Resort, Aparthotel distribuiti su tutto il territorio nazionale, la nuova firma dell'ospitalità italiana al 100% coniuga una solida tradizione all'autentica accoglienza italiana e dà vita a tre nuove collezioni con caratteristiche proprie, pensate per offrire un servizio sempre più personalizzato a una clientela in costante evoluzione con i tre brand UNA Esperienze, UNAHOTELS e UNAWAY.

Tre nuovi modi di vivere l'ospitalità e il legame con il territorio, interpretando bisogni e desideri di diverse tipologie di viaggiatori sotto il segno della calda accoglienza del Gruppo UNA, che fa dell'italianità il proprio tratto distintivo e ne esalta le eccellenze nel design, arte, cultura, buon cibo, bellezze naturali, convivialità ed eleganza.

"Abbiamo vissuto un anno intenso e stimolante. Lavorare al rebranding di un nuovo gruppo alberghiero è stato un processo appassionante e coinvolgente. Gruppo UNA nasce proprio dalla passione e dalla vocazione all'accoglienza, sostenuta da una nuova squadra che ha maturato nelle esperienze individuali una profonda conoscenza di questo settore" – ha commentato **Fabrizio Gaggio** .

"Siamo partiti da un processo di studio e analisi che ha coinvolto competenze professionali interne ed esterne, abbiamo realizzato importanti investimenti in termini di risorse umane e formazione con l'obiettivo di creare il nuovo gruppo alberghiero italiano. Abbiamo sentito tutta la responsabilità derivante dalla grande opportunità che ci è stata offerta dal nostro azionista e siamo molto orgogliosi di presentare oggi un modello solido in grado di supportare in modo organizzato e strutturato lo sviluppo futuro dell'offerta di Gruppo UNA. Oggi rappresentiamo la prima catena alberghiera italiana al 100%, portatrice di una proposta innovativa nel settore, declinata in tre modi diversi di vivere il soggiorno in hotel, ideati per lasciare ai nostri ospiti un ricordo positivo dell'esperienza vissuta".

Guardando al futuro, il progetto di sviluppo di Gruppo UNA prevede la riapertura nei primi mesi del 2019 del Principi di Piemonte – UNA Esperienze di Torino, hotel 5 stelle attualmente in ristrutturazione. Anche sulla piazza di Milano sarà aperto nel 2020 un nuovo hotel 4 stelle Superior nella centralissima zona tra Gae Aulenti e Corso Como, primo tangibile esempio di un modello di espansione vincente, fondato sulla certezza che "l'ospitalità italiana è UNA".

È già online il nuovo sito corporate, espressione di un bouquet unico di emozioni, tradizioni, energia, sapori, modi di essere e di vivere genuinamente italiani firmati Gruppo UNA: http://www.gruppouna.it .