Nuovo brand alberghiero: nasce The Originals, Human Hotels & Resort

Il gruppo SEH United Hoteliers ha scelto di associare tutti i suoi albergatori in un unico marchio, The Originals, Human Hotels & Resorts. Una decisione che rafforza l'identità del marchio, concepita per consentire a ogni albergatore di mettere in evidenza l'identità e la singolarità della propria struttura alberghiera in un contesto molto ampio.

Il nuovo brand nasce dal desiderio che spinge i clienti a viaggiare local, e vivere momenti più ricchi e coinvolgenti in hotel unici. Per loro, ogni spostamento e ogni viaggio rappresentano sempre l'occasione per un arricchimento personale e umano. Il nome racchiude la filosofia e le caratteristiche del nuovo marchio ed esprime i suoi singolari valori: l'umanità, il locale, l'esperienza e l'indipendenza.

All'interno di **The Originals, Human Hotels & Resorts**, tutti gli albergatori hanno qualcosa di unico da condividere. Oggi il marchio riunisce oltre 600 albergatori con strutture dal lusso all'economica, in Francia e all'estero, Italia compresa.

Un movimento collettivo performante

Dalla sua fondazione 50 anni fa da parte di sei albergatori indipendenti, il gruppo SEH United Hoteliers è cresciuto negli anni diventando il 4° gruppo alberghiero più grande in Francia. È anche il principale gruppo alberghiero cooperativo europeo con oltre 600 hotel

Forte del suo movimento collettivo di albergatori e con una visione di autentica ospitalità, il Gruppo ora associa tutti i suoi hoteliers in un marchio unico e formidabile: The Originals, Human Hotels & Resorts. Questa evoluzione si riflette anche in un completa trasformazione marketing e digitale.

La scelta del nome ha rafforzato l'identità di marchio, esprimendo umanità, pluralità, universalità e soprattutto la singolarità dell'offerta alberghiera del Gruppo. La sua identità è stata concepita per consentire a ciascun albergatore di mettere in evidenza l'identità della propria struttura alberghiera.

La diversità delle strutture consente ai viaggiatori di tutto il mondo di usufruire di una ricchezza senza uguali di esperienza, dal lusso all'economico, nel cuore della natura, in villaggi o in città, per un ritorno ai valori fondamentali in un settore in piena mutazione digitale. Gli albergatori The Originals, Human Hotels & Resorts sono tutti animati dalla stessa passione, quella di offrire a ogni cliente un'esperienza umana originale.

A ogni albergatore, la categoria che più gli assomiglia

The Originals, Human Hotels & Resorts mette in relazione, all'interno di una grande comunità, donne e uomini uniti dalla stessa visione del viaggio e dell'ospitalità. L’offerta è declinata in sei diverse categorie, dal lusso all’economica, che offrono altrettanti tipologie di esperienze che gli ospiti ricorderanno semplicemente come:

- The Originals Collection, hotel di lusso con spirito e carattere eccezionali
- The Originals Relais, hotel di alta gamma, in campagna, in riva al mare o montagna
- The Originals Boutique, hotel in centro città di stile e con un tocco di personalità pensata dal proprietario
- The Originals Residence, appartamenti totalmente equipaggiati che propongono i servizi di un hotel
- The Originals City, hotel di città perfetti per un viaggio di lavoro o in famiglia
- The Originals Access, hotel contemporanei e funzionali nei pressi delle principali vie di accesso

Un piano di lancio ambizioso

Dopo il lancio del nuovo marchio, il Gruppo pianifica un piano di comunicazione importante, ambizioso e multimediale. L'obiettivo è raggiungere il 20% della notorietà nel 2023, aumentare le prenotazioni e garantirne il successo. È stato quindi messo a punto un piano strategico, che prevede una campagna pubblicitaria televisiva, supportata da social media e strumenti di acquisizione di webmarketing, CRM e relazioni con i media.

"Il nome The Originals, Human Hotels & Resorts ci è sembrato il più adatto e ovvio per incarnare l'essenza di ciò che offriamo oggi agli albergatori del nostro gruppo: originalità, umanità e potere del collettivo. Corrisponde inoltre alla nostra risposta alle nuove aspettative, esigenze e desideri dei viaggiatori di oggi: 100% digitale e accessibile, prossimità e autenticità con una vasta gamma di hotel e servizi personalizzati. È anche un marchio che intendiamo diffondere all'estero a tutti i viaggiatori, leisure e business, con un piano di lancio molto ambizioso", afferma **David Esseryk**, direttore marketing e digitale di The Originals, Human Hotels & Resorts.