H.n.h. Hotels and Resorts si rinnova in HNH Hospitality

Parte dall’ospitalità il rebranding del Gruppo **H.n.h. Hotels and Resorts** Nasce **HNH Hospitality**
H.n.h. Hotels and Resorts rinnova la sua immagine, rafforzando il percorso di evoluzione che in questo ultimo biennio ha portato nuove prospettive e importanti obiettivi di crescita.
Un posizionamento sempre più rilevante nel panorama dell’hotellerie nazionale e la consapevolezza dell’importanza del servizio al cliente sono alla base del rebranding.

Nasce oggi HNH Hospitality.

Il cambio iconografico è frutto di un percorso importante in cui è emersa fortemente l’esigenza di raccontare le esperienze, la storia e l’identità del Gruppo, partendo dalla propria passione: l’ospitalità.
HNH è quindi prima di tutto Hospitality e racchiude in sé valori forti e radicati quali: la tradizione, che rappresenta un prezioso know-how di oltre cinquant’anni di esperienza nel mondo dell’ospitalità, l’ambizione, che si esprime con la voglia di crescere e con la costante sfida nell’affrontare nuove avventure, l’innovazione, intesa come apertura al cambiamento e continuo aggiornamento, le competenze, che contraddistinguono tutti i reparti secondo il modello centro-periferia proprio del Gruppo, e la progettualità, necessaria al raggiungimento dell’obiettivo attraverso un piano strategico.
Con una livrea grafica ricercata e moderna, HNH Hospitality ridefinisce anche la propria identità, attraverso una nuova immagine coordinata e un nuovo logo: rimane il blu come key colour, in continuità con la storia, ma viene declinato in una nuance più profonda, rassicurante ed elegante, di valenza più chiaramente istituzionale.
L’intero sistema di identità visiva, messo in atto da Hangar Design Group, comunica dinamismo e flessibilità, grazie al suo elemento diagonale e attraverso una palette cromatica elegante.
Accanto al blu profondo, si inseriscono un grigio che ne attenua le durezze e un intramontabile azzurro polvere, colore di grande tendenza.
Il nuovo logo è semplice ed iconico, espressione di una personalità forte e matura, specchio della vera e profonda essenza di HNH Hospitality.
Il lettering fa leva sulla compostezza formale dettata dai caratteri graziati, in grado di evocare distinzione ed

eleganza raffinata, combinati ad un font più contemporaneo e minimale.
Anche la presenza online di HNH Hospitality si rivoluziona con il supporto di Mapo Studio: piattaforma e
layout grafico del sito si aggiornano, raccordandosi con la nuova immagine del Gruppo e le più recenti tendenze digital, sia per il desktop che nel mondo mobile.
I vari contenuti, ripresi in maniera chiara e facilmente accessibile, sono inoltre proposti secondo logiche di
personalizzazione utente.
Ogni anima di HNH Hospitality trova una chiara collocazione nella struttura di navigazione, che porta sempre in evidenza i contenuti di maggiore interesse anche geolocalizzati.
Potenziata anche la sezione recruiting, che permetterà una facile consultazione delle posizioni vacanti o di proporre una candidatura spontanea.
Il rebranding del Gruppo rappresenta un ottimo punto di partenza per HNH Hospitality che ha chiuso il 2018 con un fatturato di 37,1 milioni € e una crescita in termini di personale e di strutture.
Il 2019 sarà un anno importante, caratterizzato da tre nuove sfide: le prossime aperture di DoubleTree by Hilton Trieste, DoubleTree by Hilton Rome Monti e dell’Hotel Indigo Venice – Sant’Elena.