

Un progetto di Una hotels & resorts riqualificherà 12 aree di servizio. «Un design accattivante»

## In autostrada non solo per dormire

### Alberghi personalizzati con spazi per il relax e lo shopping

DI FLORIANA LIPPARINI

**A**vete presenti le vecchie aree di servizio in autostrada, con gli hotel tutti uguali dove ci si dimentica anche di aver mai pernottato? Non sarà più così. Dodici aree di servizio dislocate tra la A1, la A4 e l'A14 verranno ripensate, ridisegnate e ricostruite secondo un progetto di «evoluzione della sosta», lanciato dalla Società Autostrade tramite una regolare gara d'appalto, che è stata vinta da Una hotels & resorts, il nuovo polo alberghiero sviluppatosi di recente. Su queste aree la compagnia gestirà le strutture per 20 anni, a partire dal 2009, cedendole poi alla Società Autostrade secondo la formula del Build operate and transfer.

L'obiettivo è quello di creare nuove location attraenti per viaggiatori business e leisure, dotate di spazi per riunioni e manifestazioni, di vasti mall per lo shopping e di tutti i comfort normalmente presenti negli alberghi di buon livello. Avranno un centinaio di camere e una superficie complessiva fra i 3 mila e i 4 mila metri quadrati. Potrebbero far pensare a una moderna versione degli antichi mercati sulle vie carovaniere, dove ci si fermava, ci s'incontrava, si parlava, si facevano affari.

«Saranno strutture d'effetto, con un design accattivante, con un'identità riconoscibile, anche se all'interno diverse l'una dall'altra, per collegarle al territorio su cui sorgono», spiega l'ingegner **Maurizio Uccino**, da quest'anno direttore tecnico di Una hotels, dopo aver lavorato nel gruppo Eni Nuovo Pignone, e successivamente nella capogruppo General electric come project manager e sales region manager per l'Italia e l'Africa. «Anche il brand sarà particolare: abbiamo lanciato un concorso d'idee per trovare il nome che affiancherà il nostro marchio, caratterizzando al massimo questa tipologia d'hotel che

per l'Italia è completamente nuova, ma nel Regno Unito già esiste».

Vincere questa gara è stato un successo per Una hotels & resorts, conferma l'amministratore delegato **Elena David**, che è nel gruppo dal 2000, e che in precedenza era stata direttore generale di Starhotels: «Interpretare l'evoluzione in atto del concetto di sosta in autostrada, attraverso la realizzazione di strutture alberghiere, è per noi una nuova e importantissima sfida. Un'operazione sicuramente molto impegnativa che ci apre, dopo quattro anni di crescita continua, nuove e importanti prospettive di sviluppo, consentendoci di raggiungere un significativo vantaggio rispetto ai nostri competitor».

Salda competenza in campo immobiliare degli azionisti di riferimento, coniugata a un capace ma-

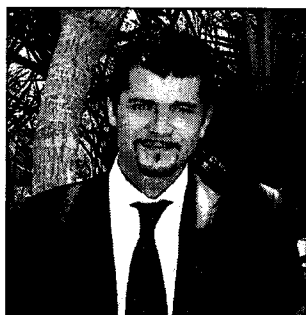
nagement. Questo è il mix strategico che ha consentito a Una hotels & resorts di raggiungere in pochissimi anni una dimensione nazionale, con un piano di costruzioni, acquisizioni, ristrutturazioni e conversioni in varie regioni italiane. Con le prossime aperture, il portfolio del gruppo raggiungerà il ragguardevole numero di 1.668 camere.

Non si tratta, però, soltanto di numeri. Caratteristica di Una hotels è anche la scelta di un concept alberghiero innovativo nello stile, nel design, nelle tecniche. Un concept che punta in primo luogo alla personalizzazione delle strutture. «Ogni albergo è una storia a sé», aggiunge Uccino. «Dalla fase di progetto fino alla realizzazione, si ricomincia un po' sempre da capo: nuovi architetti, nuovi fornitori... I problemi sono di volta in volta diversi. Nel caso delle ristrutturazioni di edifici storici, l'esterno va ovviamente rispettato al massimo, mentre l'interior consente una maggiore libertà creativa per dare il segno della nostra filosofia: design particolare, innovazione tecnologica, sofisticati servizi d'avanguardia».

Tra le recenti aperture, un albergo che testimonia efficacemente lo stile del gruppo, attento «a trasmettere emozione ed energia», è l'Una hotel Bologna, progettato dall'architetto **Marco Piva** come «un crocevia di usi, costumi e linguaggi» in cui, fra trasparenze, metalli e giochi di luce, si rispecchiano sia la cultura tipica della città sia i riferimenti a culture altre, esotiche e affascinanti, di cui si possono leggere sulle pareti suggestive testimonianze.



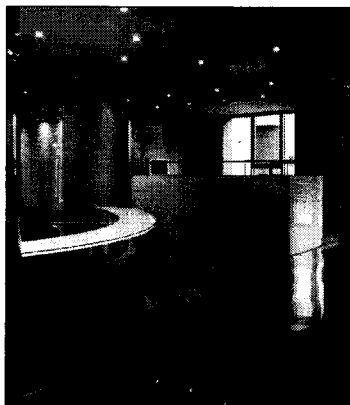
UNA  
Hotels & Resorts



Maurizio Uccino



Due immagini dell'Una hotel Bologna



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.