

Nuove sfide per Una Hotels

La compagnia alberghiera fiorentina, che ha accelerato sul piano delle aperture negli ultimi due anni, sta concentrando l'attenzione sulle abitudini d'acquisto della clientela per orientare l'offerta

Il mercato è cambiato e anche i sistemi di distribuzione. Per questo Una Hotels & Resorts, che ha raggiunto in due anni la dimensione di diciassette strutture sul territorio nazionale, è tutta protesa a capire quali possono essere le nuove abitudini di acquisto. La compagnia, che attualmente è impegnata nell'apertura di due strutture, l'Una Hotel Bologna e l'Una Hotel Malpensa, ha chiuso il 2003 con un fatturato di 32 milioni 467.798 mila euro e prevede di raggiungere, nel 2004, i 40 milioni di euro.

Ricavi stabili

*“A parità di alberghi – spiega **Daniele Giovenali**, direttore commerciale Una Hotels – la crescita è stata del 4 per cento. Grazie alla flessibilità dei contratti, i ricavi*



medi di camera si sono mantenuti fermi, con più occupazione di camere, nonostante la crisi generale. Tutto questo a discapito della redditività. Ora l'obiettivo è di recuperare valori di ricavi medi per camere”.

La maggior parte delle strutture della catena, di proprietà del gruppo immobiliare Fusi, si rivolge ad un pubblico business.

“Lavoreremo sulle nicchie di mercato con piccole operazioni, che hanno avuto ottimi riscontri”

Daniele Giovenali

“Il 70 per cento della clientela è straniera – aggiunge Giovenali –, ma, comunque, la componente italiana è per noi molto importante. Puntiamo a incrementare il pubblico leisure, soprattutto grazie a quelle strutture di sicura attrattiva per una clientela turistica, come l'Una Hotel Vittoria e l'albergo di Napoli di prossima apertura”.

Formule weekend

A tale proposito Una Hotels continuerà a lanciare pacchetti per promuovere i weekend, in occasione di mostre o festività. *“Intendiamo lavorare sulle nicchie di mercato – conclude il direttore commerciale – con piccole operazioni, che per il momento hanno avuto un ottimo riscontro”.*

I servizi

Una Hotels ha appena siglato un accordo di partnership grazie al quale la catena è entrata a far parte del programma frequent flyer di Meridiana. L'accordo prevede una serie di speciali promozioni e agevolazioni negli alberghi, riservate ai titolari delle card Hi-Fly e Fly-Pass. Tra le novità anche l'offerta della nuova linea “Una Cortesia” per le camere.

Maria Carniglia