



Sainte Anne Resort, primer "Todo-Incluido" de lujo de Seychelles

A partir del próximo 1 de mayo, el resort 5* Lujo *Sainte Anne*, el hotel pionero de **Beachcomber** en Seychelles, se convertirá en el primer "Todo Incluido" de lujo del archipiélago. Este programa permitirá al huésped comer, beber y hacer uso de las instalaciones del hotel sin estar pendiente de la tarjeta de crédito, desde su llegada hasta su salida. El cambio de modalidad responde a la tendencia actual del viajero de alargar su estancia en Seychelles. Gracias a este nuevo paquete de lujo, el cliente tendrá acceso gratuito a todos los bares y restaurantes del resort y cenas "a la carta" con una amplia variedad de bebidas de primeras marcas, incluido champán francés.

Traslados gratuitos en barco a la isla de Sainte Anne, Minibar,

snacks, servicio personalizado en piscina y bar, práctica de deportes terrestres (tenis, trekking, volleyball o fútbol) y acuáticos (kayak o snorkelling), Centro de Fitness y acceso ilimitado a la sauna, hammam y cardio y Miniclub para niños de 3 a 12 años. Estas son las principales prestaciones del programa "Todo Incluido" que estrenará el hotel de **Beachcomber** en Seychelles en primavera. La conversión a la modalidad "Full Inclusive" se realizará en dos etapas: una primera que se extenderá desde el 1 de mayo hasta el 31 de octubre, donde los clientes podrán elegir la opción "Todo Incluido"; y una 2ª etapa, a partir del 1 de noviembre, en la cual el resort se convertirá totalmente en un establecimiento "All Inclusive".



Obtiene unos beneficios de 50 millones (+31,5%) saliendo reforzada de un trienio de crisis gracias a su diversificación

Sol Meliá anunció sus resultados anuales correspondientes a 2010, el tercer ejercicio consecutivo de crisis económica y financiera a nivel internacional. La compañía obtuvo un beneficio neto de 50,1 millones de euros, con unos ingresos de 1.250,7 millones (+ 8,9%). El EBITDA ascendió a 235 millones de euros, registrando un incremento del 16, 5%.

La positiva evolución del negocio hotelero durante el cuarto trimestre del año, con un incremento del 13% del RevPAR (ingreso medio por habitación) y una significativa mejora del Ebitda (+29,7%) confirmaron la tendencia observada durante todo el ejercicio, destacando el crecimiento de las capitales europeas y las Islas Canarias. Para el conjunto del año **Sol Meliá** registra un incremento del RevPAR del 8,9%, un 51 % del cual es imputable a la mejora del precio medio. Este dato, junto con el intenso programa de optimización de costes implementado durante el ejercicio 2009 –consiguiendo ahorros que en un 50% son considerados permanentes o estructurales por la compañía– explican la positiva evolución del Ebitda hotelero de **Sol Meliá** (+15,9%).

2010 fue un año clave para la expansión internacional del grupo, así, durante 2010 la compañía inauguró su primer hotel en China, el *Gran Meliá Shanghai*, e incorporó su primer hotel en Estados Unidos, el *Meliá Atlanta*, continuando con la consistente estrategia de expansión de sus marcas, desarrollada durante los últimos años.



MELIÁ VALENCIA PALACIO DE CONGRESOS

Abre sus puertas como referente de turismo de negocios

El Hotel Meliá Valencia Palacio de Congresos, situado en Valencia, junto al Palacio de Congresos, abre sus puertas como **Meliá Hotels & Resorts**, con el objetivo de convertirse en el nuevo epicentro del turismo de negocios de Valencia.

Con un total de 304 habitaciones distribuidas en 29 plantas, **Meliá Valencia Palacio de Congresos** es el edificio más alto de la ciudad y ha sido adaptado a los estándares y atributos de su nueva marca para satisfacer la demanda del cliente de negocios.

El hotel ofrece para celebración de eventos y reuniones, un total de 16 salas equipadas con la más moderna tecnología, además de un gran salón con capacidad para 800 personas.

En el apartado gastronómico, el hotel cuenta con un restaurante de cocina mediterránea moderna (Aqua) y un lobby bar (Podium). Además, el hotel dispone de área de Spa con circuito de aguas, cabinas de tratamientos, ducha de sensaciones, sauna, jacuzzi y baño de vapor y área Fitness con equipamiento muscular y cardiovascular. ●



Crea un nuevo concepto de desayuno "NH ANTIOX"



** La cadena ha desarrollado un nuevo concepto de desayuno antioxidante que ayuda a luchar contra los efectos negativos de los radicales libres*

NH Hoteles ha ideado la fórmula que marca la diferencia entre empezar el día o empezar bien el día, con una propuesta más que apetecible: los nuevos desayunos "NH Antiox". Bajo la dirección gastronómica del reconocido chef y asesor de la cadena, Enrique Martínez, la última apuesta de la compañía se centra en hacer del desayuno un reconfortante arranque del día, cargado de alimentos ricos en antioxidantes.

Entre la amplia carta de sanas delicatessen, el desayuno *NH Antiox* incluye zumos 100% naturales de frutas y verduras combinadas, sugerentes gelatinas que, además de los beneficios antioxidantes de la fruta, aportan un extra de proteínas y facilitan la digestión.

Para degustar un café con plus de beneficios, está disponible una selección de leches aromatizadas, de soja y con esencias naturales, de arroz, nueces o almendras. Yogur ecológico que podemos crear con frutas exóticas, variedades de frutos secos y deshidratados, muesli, pipas de calabaza, láminas de coco o bayas de goji, levadura de cerveza, lecitina de soja,



germen de trigo. Ensaladas a base de algas y vegetales, presentadas en vistosas esferas transparentes, o de las tortillas elaboradas al gusto con huevos omega -3.

Un obrador propio, elaborando sin grasas hidrogenadas y con mantequillas frescas, y los panes artesanales. Una carta de té. La cadena ofrece también en estos desayunos productos para celíacos.

El desayuno *NH Antiox* ya se ha implementado en varios hoteles de la cadena en Madrid y estará disponible en todos los establecimientos de España y Portugal desde marzo. ●

NH HOTELES Dos establecimientos diseñados por Renzo Piano se incorporan al portfolio en Turín

Dos joyas de la arquitectura constructivista italiana completan desde ahora la cartera de establecimientos de **NH Hoteles** en Turín.

El estilo del internacionalmente afamado Renzo Piano (un arquitecto reconocido con los premios Pritzker, Sonning y Kioto, entre otros) marca la fisonomía de dos establecimientos únicos.

En virtud del acuerdo suscrito con Lingotto Hotels s.r.l la cadena hotelera española gestionará los hoteles *NH Lingotto*, de cuatro estrellas, y *NH Lingotto Tech*, de cinco, ubicados en un antiguo barrio industrial que Le Corbusier consideró "una guía a seguir para el diseño de otras ciudades" y que hoy se ha reconvertido en una de las zonas más vivas y "trendies" para el ocio, la vida artística y cultural y las compras en la ciudad del Norte de Italia.

El *NH Lingotto* cuenta con estancias tipo loft, con grandes cristaleras e

Hotel Mayorazgo de Madrid se integra en la primera cadena hotelera mundial



- * *La propiedad y gestión del hotel continúa en manos de sus actuales dueños y equipo directivo*
- * *Best Western incorpora en su Marca a uno de los hoteles independientes más emblemáticos del centro de la capital de España*

La Cadena de hoteles independientes **Best Western** acaba de integrar a uno de los establecimientos independientes con más solera, del centro de Madrid, **Best Western Hotel Mayorazgo**. Es uno de los establecimientos de cuatro estrellas más representativos de la capital, situado a pocos metros de la arterie de la Gran Vía, Callao y Plaza de España.

La instalaciones del **Best Western Hotel Mayorazgo** son muy completas y de máxima calidad, tanto en número de habitaciones, como en zonas comunes. Cuenta con 200 habitaciones amplias, que se reparten entre 184 dobles y 16 individuales. De ellas, 7 están adaptadas para personas con discapacidad. La zona de salones y Business Center es igualmente amplia y dotada de la última tecnología, con un total de 5 salones diferentes con capacidad hasta 250 personas, que se pueden adaptar a todo tipo de reuniones tanto de trabajo, como lúdicas.

Una oferta excepcional que se complementa con un restaurante especializado en cocina mediterránea, Bar Piano de estilo inglés, con música directa, tienda de regalos y parking propio del hotel.



inmensos ventanales (los originales de la antigua fábrica), asimismo, con un maravilloso jardín tropical interior.

El **NH Lingotto Tech**, cuenta con 140 amplias estancias, con grandes ventanales e incorpora una amplia área de boutiques, sala de conciertos y galería de arte proyectada por piano.



Las habitaciones del hotel se han decorado en colores brillantes y un estilo moderno y cosmopolita y están equipadas con el más moderno equipo audiovisual, para ofrecer el máximo lujo y confort. Las duchas destacan en los cuartos de baño. Además, el hotel incorpora un fitness corner en la segunda planta, equipada con las moderna tecnología y Technogym.

Breves

* **Best Western Internacional**, siguiendo su expansión en Asia, anuncia la firma del acuerdo para integrar su primer hotel en Camboya, el **Best Western Suites & Sweet Resort Angkor** de Siem Reap. Un país que cada año visitan más 100.000 españoles y portugueses.

El nuevo abanderado de la Marca Best Western en Asia tiene gran valor para la Cadena, pues se encuentra en una de las zonas turísticas más importantes del mundo, Siem Reap, la ciudad que acoge el área de los templos de Angkor, patrimonio mundial declarado por la UNESCO, que incluye los templos Angkor Wat y Angkor Thom.



* **Ibis**, desde su creación en 1974, ha crecido hasta convertirse en la primera cadena hotelera de categoría económica en Europa y la cuarta al nivel mundial con 900 hoteles.

Ibis celebra esta etapa clave en su crecimiento con la inauguración del **ibis Tánger City Center**. Desde su creación, **ibis** se desmarcó de la hotelería tradicional existente, ofreciendo un estándar por encima de las normas de la gama económica. Los hoteles **ibis** se posicionan como hoteles modernos, bien equipados, imponiéndose como una referencia en el sector.



* **Hotusa** sumó a su portafolio 455 nuevos hoteles en 2010 e incorporó nuevos mercados como Bulgaria, Ecuador, Tailandia y Vietnam Italia (43), Colombia (30), Reino Unido (29) y Francia (26) son los países con mayor número de incorporaciones; en España destacan Andalucía (45) y Cataluña (32)

La cadena de hoteles independientes del **Grupo Hotusa** refuerza así su posicionamiento como uno de los principales consorcios hoteleros a nivel internacional, ofreciendo una amplia gama de servicios que, como demuestra la creciente evolución de altas, cobra especial interés entre los hoteles independientes en el actual contexto económico.

* **Travelodge**, continúa con su programa de expansión durante 2011 con la construcción de 35 hoteles (3.667 habitaciones), lo que supondrá la creación de 700 nuevos puestos de trabajo en el Reino Unido. Estas nuevas construcciones contarán con una inversión de 300 millones de libras y supondrán la ampliación de la cartera de hoteles gestionados por **Travelodge** hasta 495 y un total de 35.841 hoteles **Travelodge**. Además, **Travelodge** ha incrementado sus objetivos de crecimiento y espera tener 1.100 hoteles y 100.000 habitaciones para 2025.

Pone en marcha un exclusivo servicio de vino por copas e inaugura una boutique de vino español.

Westin Palace
WESTIN
HOTELS & RESORTS
Madrid

El vino español vuelve a estar de enhorabuena. **The Westin Palace, Madrid** acaba de inaugurar un servicio de vino por copas y una boutique de vinos con el objetivo de que tanto el cliente extranjero como el nacional, descubra y pruebe los mejores vinos de nuestro país.

Se trata de una pequeña boutique que ofrece desde lo más característico a lo más sorprendente del vino español y por ello ha contado con la colaboración de dos expertos en la selección y venta de vinos de excelente calidad: Todovino y La Carta de Vinos.



Para que los aficionados al vino puedan probar in situ una cuidada selección de vinos españoles se ha creado un servicio por copas en el bar del hotel que incluye cuatro vinos tintos y cuatro vinos blancos que se irán renovando periódicamente.

Para la correcta conservación de las botellas una vez abiertas, se utilizan máquinas Enomatic, situadas en el bar del hotel, y para sacar el máximo partido a la degustación de los vinos estos se sirven en copas Riedel www.riedel.com.

La tienda, por su parte, situada en la pequeña rotunda que precede a la conocida cúpula de cristal, cuenta con 250 referencias a la venta que incluyen desde las etiquetas más clásicas a los más sorprendentes descubrimientos con precios que oscilan de los 5 a los 700 euros. El local ofrece asimismo un servicio de descorche que permite adquirir la botella en la tienda y ser degustada en el bar del hotel. ☺



Conectate a



www.boletintat.com

EL BOLETIN DIGITAL SEMANAL DE TURISMO PROFESIONAL

Editado por TURISEM, S.L. distribuye PIPELINE. es, que envía a más de 42.000 destinatarios

PONGA AQUÍ SU BANNER DE PUBLICIDAD



Único Boletín que las imágenes se distribuyen junto al cuerpo del boletín embebidas en el mismo mensaje de correo electrónico

Todos los lunes lo encontrarás en tu correo electrónico, suscríbete directamente en www.boletintat.com pincha en la casilla de suscripciones

Todos los boletines publicados están disponibles en la web www.tatrevista.com