Meliá, il brand Sol Hotels & Resorts si divide per quattro

Meliá Hotels International continua nella sua strategia di crescita con il riposizionamento dei suoi marchi e dei suoi prodotti. Ora il gruppo si concentra sul rilancio del marchio che identifica i complessi per famiglie, **Sol Hotels & Resorts, che a oggi conta 70 strutture**. L'obiettivo è allargare il tradizionale concetto di "sole e spiaggia", estendendolo anche ad altri tipi di esperienze e segmentandolo per target. **Gabriel Escarrer**, vice chairman e ceo della compagnia, ha così presentato la nuova immagine del brand presso Sol Katmandu Park & Resort di Maiorca. Il prodotto è adesso suddiviso in 4 differenti concept, ognuno con una precisa connotazione. **Sol Hotels racchiude l'offerta più tradizionale,** con tanti servizi destinati alle famiglie; **Sol Katmandu Park & Resort identifica le proprietà integrate in parchi a tema, con il format** "play & stay'"; **Sol House** accende il focus sui giovani, con una forte componente di design, dinamicità ed esperienze accessibili anche nel prezzo; **Sol Beach House**, sistemazioni sulla spiaggia destinate agli over 16 che cercano vacanze rilassanti, in stile hippie-chic. Comiun denominatore di tutte le proprietà, a prescindere dal brand, è la posizione privilegiata sulle spiagge più belle, la presenza di piscine, attività sportive per tutti i gusti e un'offerta ristorativa davvero ampia.