



Obrazloženje: Beograd je grad na Balkanu koji se uzdiže i napreduje punom brzinom. Od prepunih bašta kafića do nasmejanih obala Dunava i Save, od šarmantnih ulica istorijskog centra, do sivih kvartova iz doba komunizma, na sve strane mladi ljudi koji se zabavljaju, stvaraju i grade novi svet.

A „Mama“ je rešila da se smesti baš tu, u srcu dešavanja, na mestu gde grad emituje najsnažnije vibracije: 125 soba koje je dizajnirao Džalil Amor duž Ulice Kneza Mihaila, glavne pešačke zone u gradu. Čak i najozbiljniji poslovni ljudi hvale „Mamu“ zbog njenih Ateljea - prostranih soba za sastanke. „Mama“ isto tako ne zaboravlja da je Beograd mediteranski grad, tako da se u kuhinji pripremaju prave italijanske pice u pećima na uglj, koje se zatim jedu u društvu za velikim stolom. A dok sunce polako počinje da zalazi, „Mama“ i njena monumentalna bašta na krovu, 500 m<sup>2</sup> hedonizma na otvorenom, privlači sve ljubitelje dobre zabave. I pošto „Mama“ misli na sve, ona svojim gostima nudi parking u podzemnoj garaži u Uzun Mirkovoj ulici, ispod Tržnog centra u Rajićevoj. Upravo taj novi koncept ovog brenda iz lanca AccorHotels, uspeo je tim PRODAJE i MARKETINGA maksimalno da iskoristi i da se hotel pozicionira kao idealan za smeštaj, okupljanje i evente različitih tipova. Već u prvoj godini poslovanja, ovaj tim mladih i ambicioznih ljudi, uspeo je da obezbedi visoko zauzeće, ali i da prihodi od sektora Hrane i pića budu veći od prihoda sektora Soba, što je za beogradske hotele veliki izazov.



