

PAMBIANCOnews hotellerie



Hilton Italia mira a crescere nel lusso e a presidiare le città 'secondarie'

by [Vanna Assumma](#)

[9 Marzo 2023](#)

Presente in Italia sia con alberghi in gestione sia in franchising, il gruppo **Hilton** è nella Penisola ormai da 60 anni, da quando è nato il primo hotel Cavalieri Hilton, ora Rome Cavalieri, A Waldorf Astoria. Il peso della catena americana nella Penisola è stato descritto da **Alessandro Cabella**, area general manager **Hilton Italia**, durante il primo **Pambianco Hotellerie Summit** che si è svolto lo scorso mercoledì 8 marzo a Piazza Affari a Milano: "Abbiamo 40 hotel nello Stivale, comprendendo quelli che sono già operativi in questo momento, 31 alberghi, e 9 in fase di sviluppo. Il 30% di questi hotel sono in management, e gli altri in franchising. Il modello che noi privilegiamo e continuiamo a spingere è quello del management, ma non precludiamo lo sviluppo del franchising, che al momento sembra essere, per diverse ragioni, il più ricercato e apprezzato da parte di investitori e proprietari di hotel".

Per quanto riguarda le strategie di crescita, Hilton Italia continuerà a guardare con molta attenzione il mercato del lusso, segmento per ora presidiato solo da due hotel del gruppo, il Rome Cavalieri, A Waldorf Astoria e il Conrad Chia Laguna Sardinia. L'obiettivo quindi è di crescere in questo segmento e di ampliarsi sul territorio italiano, come ha aggiunto il manager: "La strategia di aperture è focalizzata prioritariamente sulle grandi città italiane, dove ci sono ancora margini di sviluppo, non a caso abbiamo aperto recentemente Hilton Rome Eur La Lama. La nuova sfida però sono le città 'secondarie' dove non siamo ancora presenti, come ad esempio Verona*, in modo da avere una presenza molto più capillare sul mercato. Ricontriamo un grande interesse sul mercato midscale, dove abbiamo diverse soluzioni che ci permettono di essere flessibili e di svilupparci in modo capillare, nonché di assecondare il desiderio di investitori e proprietari che vogliono mantenere la loro identità o quella dello stesso immobile, che, soprattutto nei centri cittadini, ha spesso un'importante valenza architettonica e non sarebbe corretto da parte nostra imporre un 'hard brand' che limiterebbe le caratteristiche di queste proprietà. In questo ambito quindi offriamo brand come Curio Collection e Tapestry Collection".

L'apertura del Conrad Chia Laguna Sardinia lo scorso anno ha segnato un punto di svolta per la catena in Italia, come ha spiegato Cabella: "Con questo opening abbiamo fatto due passi in avanti: siamo entrati per la prima volta nel mondo dei resort e abbiamo sdoganato un altro dei nostri tre brand di lusso, che sono Waldorf Astoria, Conrad e Lxr. Quindi abbiamo intenzione di continuare in queste due direzioni, lusso e resort".

Per quanto riguarda la primavera-estate 2023, Cabella ha comunicato le previsioni dell'aeroporto di Roma: un volume di voli settimanali dal nord America in aumento del 42%, una progressione del 30% da Uk, il raddoppio dei voli da centro e sud America e la riapertura della Cina con circa 20 voli a settimana. "Sulla base di questo – conclude – possiamo dire con una certa fiducia che il futuro sarà roseo".

<https://hotellerie.pambianconews.com/2023/03/09/hilton-italia-punta-a-crescere-nel-lusso-e-a-presidiare-le-citta-secondarie/>