



NE ITALIA • THE WORLD IN BRIEF



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

099845

CONVERSATION

SOSTENIBILITÀ, FORZA DEL TEAM E LUXURY EXPERIENCE: L'AD ALESSANDRO CABELLA È DA DIECI ANNI ALLA GUIDA DEL ROME CAVALIERI

DI FEDERICO DE CESARE VIOLA

▶ **“QUESTO** è un mestiere fatto di persone al servizio di altre persone. L'aspetto più sfidante del mio lavoro è la gestione del team: riuscire ad amalgamarlo, a motivarlo e a guidarlo verso gli obiettivi”. Alessandro Cabella è dal 2014 l'amministratore delegato del **Rome Cavalieri** Waldorf Astoria, l'urban resort che da 61 anni guarda la Capitale dall'alto di Monte Mario e che è indubbiamente uno dei simboli dell'ospitalità romana. La squadra che dirige Cabella conta 400 unità, un numero 'monstre' tanto quanto quello delle camere (370, di cui 25 suite tra gli 80 e i 450 mq), della Grand Spa (2.500 mq), delle sale meeting (29) e dei delegati che il solo Salone dei Cavalieri è

in grado di ospitare (2.100) e di una collezione d'arte (1.000 opere) che comprende Tiepolo, Warhol e Indiana, per fare solo tre nomi. E poi un ristorante, **La Pergola** di Heinz Beck, che è l'unico tre stelle Michelin in città. Dalla sua, l'Ad ha una lunga esperienza, cominciata a Le Méridien e proseguita con la Monte-Carlo Société des Bains de Mer, prima di approdare nel 2006 nel gruppo Hilton, di cui è anche area general manager in Italia dal 2020.

Lei è amministratore delegato dal 2014, qual è il bilancio di questo decennio?
Estremamente positivo. La profittabilità e il fatturato sono aumentati, la struttura si è mantenuta solida

nonostante il Covid, il team è sempre più coeso. Il 2023 è stato l'anno dei record nella storia dell'hotel.

A Roma stanno aprendo tanti hotel di lusso dei principali brand internazionali. Come sta cambiando il turismo in città?

Sono felice che aumenti l'offerta nel lusso, Roma deve diventare sempre di più una destinazione di alta qualità. Questo cambiamento impone a tutti, dagli operatori turistici agli enti comunali, di spingere verso nuovi obiettivi e trovare il modo di intrattenere gli ospiti altospendenti. Tutti devono fare la propria parte per far sì che i turisti rimangano il più possibile nella nostra città ed esplorino il territorio, non dobbiamo limitarci al Colosseo e alla Fontana di Trevi.

▲
ALESSANDRO CABELLA
Amministratore delegato
del **Rome Cavalieri**
Waldorf Astoria

COURTESY **ROME CAVALIERI**
WALDORF ASTORIA

NE ITALIA • THE WORLD IN BRIEF

**ROME CAVALIERI**

In alto, il desk del concierge con due dipinti di Giuseppe Zais; a sinistra, la terrazza della suite Planetarium

Come riuscite a restare competitivi?

Noi rappresentiamo un'hôtellerie classica ma coerentemente con l'identità del gruppo Hilton cerchiamo di catturare i trend in anticipo, attraverso nuovi contenuti ed esperienze, dall'arte alla moda, dal wellness alla gastronomia.

Tra le esperienze che proponete agli ospiti, quali sono le più esclusive e originali?

Direi la visita privata dei Musei Vaticani all'alba, prima che aprano le porte agli altri visitatori. Ma faccio anche altri esempi: i nostri ospiti hanno la possibilità di creare dei sandali su misura in una bottega tradizionale, di partecipare a una truffe hunting o di visitare le Isole Pontine in elicottero.

Quali sono i vostri principali mercati e il cliente tipo?

Gli Stati Uniti restano in testa, seguiti da Italia e

Inghilterra. I congressi rappresentano il 40% dell'occupazione, cioè 40mila room night all'anno, e il 50% del fatturato della ristorazione. Noi abbiamo due profili di clientela, leisure e business, ed è complicato farli convivere.

Nel 2023 il Rome Cavalieri ha festeggiato sessant'anni, quale sarà la direzione futura?

Sessant'anni sono un grande traguardo. Abbiamo scritto la storia dell'ospitalità romana e rappresentato l'internazionalizzazione del brand Hilton: il Rome Cavalieri fu uno dei primi hotel che Conrad Hilton aprì fuori dai confini americani. Siamo l'unico urban resort di Roma con l'unico ristorante tre stelle Michelin. Dobbiamo mantenere la leadership e adoperarci in grandi progetti di rinnovamento. Quello della Pergola è stato il primo grande passo (il ristorante di Heinz Beck ha riaperto lo scorso giugno in una veste completamente

nuova, dopo sette mesi di lavori, ndr), a gennaio 2026 inizieremo la ristrutturazione delle camere e degli spazi comuni.

Ci parla del vostro legame con il mondo dell'arte?

È parte integrante della nostra storia, il Rome Cavalieri non è solo un hotel ma una vera e propria galleria d'arte che mette in mostra, ad esempio, un trittico del Tiepolo, i Dollar Sign di Andy Warhol e una serie di capolavori di Giuseppe Zais. Molti ospiti chiedono di poter fare delle visite guidate e c'è chi viene apposta per la nostra collezione, che con un migliaio di opere è una delle più grandi in Europa. È un'eredità importante che ci impone di avere sempre grande cura e attenzione ma anche di guardare alla contemporaneità, per non correre il rischio di diventare museali.

La sostenibilità è una vostra priorità?

È il valore più importante ed è nel nostro Dna. Per

il quinto anno consecutivo abbiamo ottenuto la certificazione Green Key, che riconosce la sostenibilità e la responsabilità ambientale del Rome Cavalieri verso il territorio e la community. Cerchiamo di coinvolgere e sensibilizzare anche gli ospiti su queste tematiche. In tutta la struttura è stata eliminata la plastica usa e getta, è stata implementata la differenziazione dei rifiuti al 100% e le forniture energetiche sono state acquistate con garanzia d'origine da fonti rinnovabili. Posso fare molti altri esempi: sosteniamo la Fondazione Villa Russiz e la sua casa famiglia, la Onlus Equoevento, che si occupa di combattere gli sprechi alimentari, e abbiamo ricevuto le "tre stelle" Marevivo per l'adesione alla campagna "Plastic Free e non solo".

Quali consigli darebbe ai giovani che vogliono lavorare nel mondo dell'hôtellerie?

Mettersi in gioco, fare esperienze all'estero, avere senso del sacrificio ma soprattutto dar prova di grande curiosità.

La sua definizione di ospitalità di lusso.

Anticipare sorprendendo. ■

GOLDESTY-ROME-CAVALIERI-WALDORF-AS-GR-A