

COMUNICATO STAMPA

ICON COLLECTION ACCELERA SULLA CRESCITA: +8% NEL 2025 E POSIZIONAMENTO SEMPRE PIÙ LUXURY

Federico Ficcanterri CEO del gruppo: “RevPAR in aumento del 10%, strategia centrata”



Il Gruppo Icon Collection, guidato da Federico Ficcanterri CEO insieme al cugino Riccardo, continua la sua scalata nel panorama dell’hospitality italiana, affermandosi come player dinamico e orientato al segmento luxury esperienziale. Con una crescita media del 5% di fatturato nel 2024 e una previsione dell’8% circa per il 2025, la holding toscana conferma il trend di consolidamento del suo portafoglio e l’efficacia delle strategie commerciali messe in campo.

Un risultato che non arriva per caso, ma frutto di una strategia ben definita e di investimenti costanti su più fronti. Come spiega lo stesso CEO Federico Ficcanterri:

“I driver principali della nostra crescita sono il consolidamento delle attività di Sales & Marketing pluriennali, l’uso dell’AI per il pricing dinamico e un deciso riposizionamento nel segmento alto di gamma”, dichiara **Ficcanterri**. *“La crescita del RevPAR del 10% su base annua conferma che la nostra strategia è centrata”*.

Tra le tappe più significative del percorso di crescita del gruppo, spicca il riconoscimento assegnato al The Sense Experience Resort, inserito tra i “Leader della Crescita 2024” – la prestigiosa classifica stilata da Il Sole 24 Ore e Statista che premia le aziende italiane con il più alto tasso di crescita del fatturato. **Nel triennio 2019–2022**, il resort ha registrato un tasso annuo composto (CAGR) del **328,64%**, ben oltre la soglia minima del 22,99% richiesta per entrare in classifica. **Un risultato che testimonia** non solo l’eccezionalità della prima fase di sviluppo, ma anche **la solidità di un modello di business fondato su visione strategica, qualità dell’offerta e crescita organica**. Oggi, il resort prosegue in una fase di consolidamento e riposizionamento nel segmento luxury, puntando sull’incremento dell’**ADR**, sull’evoluzione dell’esperienza ospite e sull’ampliamento della proposta valoriale.

Nel 2024, il gruppo ha investito su più fronti: automazione, brand reputation, sviluppo del prodotto e sostenibilità. Il passaggio del **The Sense Experience Resort** da 4 a **5 stelle lusso** ha segnato una svolta epocale, con un **aumento previsto dell'ADR del 40%** entro fine progetto e un impatto diretto sul posizionamento nei mercati internazionali.

Il Park Hotel Marinetta e The Sense Experience Resort sono le punte di diamante di **Icon Collection** nel segmento **upper-upscale e luxury**, con un forte orientamento verso la clientela internazionale. Entrambe le strutture registrano una **quota di mercato DACH (Germania, Austria, Svizzera) superiore al 45%**, confermandosi destinazioni chiave per il turismo europeo di alta fascia.

Il **Park Hotel Marinetta** presenta un **mix equilibrato: 40% di ospiti italiani, 45% DACH e 15% dal resto d'Europa**, in particolare Belgio, Francia e Regno Unito. **The Sense Experience Resort**, invece, si distingue per un **profilo più internazionale**, con solo il **25% di clientela italiana**, il **45% dal mercato DACH** e un ulteriore **15% da USA e UK**, grazie al riposizionamento nel segmento **5 stelle lusso**.

“Stiamo crescendo in consapevolezza, concedendo occupazione per acquisire ADR”, spiega Ficcannerri, “Il RevPAR è l'indicatore chiave della coerenza tra strategia commerciale e gestione operativa”.

Tra gli elementi chiave della performance economica 2024 si evidenziano:

- **L'upgrade del livello di servizio al Park Hotel Marinetta** e il conseguente aumento dell'ADR.
- **Il consolidamento dell'Hotel Botticelli**, acquisito a fine 2022, grazie all'integrazione con le logiche di gruppo.
- **La destagionalizzazione del Residence Borgo Verde**, sostenuta dal rafforzamento sul mercato tedesco.

Il piano triennale di riposizionamento del **The Sense** prevede per il 2025 una **review completa dell'offerta ristorativa** e un **miglioramento esperienziale** su più livelli, dalla proposta gastronomica agli eventi.

“Abbiamo investito sulla qualità dell'accoglienza in camera e sull'esperienza generale dell'ospite. Stiamo lavorando per portare la nostra reputazione online al benchmark del segmento: 9.2 su 10. Oggi siamo a 8.8 su 10”, sottolinea il CEO.

Uno dei capisaldi della strategia Icon Collection è la **sostenibilità**, declinata con un **approccio olistico** e integrato che coniuga efficienza operativa, valorizzazione dei territori e marginalità.

“La sostenibilità ambientale e culturale non è in contrasto con il luxury, anzi: ne è parte integrante”, evidenzia Ficcannerri, *“Le esperienze che offriamo valorizzano le comunità locali e rafforzano la nostra proposta di valore”.*

Oltre all'utilizzo di materiali a basso impatto e tecnologie per il risparmio idrico ed energetico (come **l'impianto a osmosi inversa** al The Sense), Icon Collection ha creato una **Experience Collection** con oltre **250 attività personalizzate**. Il gruppo punta ora alla certificazione **GSTC** e all'ottenimento delle **ISO 14001, 9001 e 45001** entro ottobre 2025 per tre delle sue aziende.

Nel piano strategico del gruppo ci sono **nuove aperture, rebranding e progetti ad alto impatto**:

- **Antico Podere San Francesco**: 12 suite esperienziali entro il 2026, nuova SPA e ristorante territoriale nel 2027.
- **Park Hotel Marinetta**: trasformazione in **Family Luxury 5 stelle** (progetto in fase tecnica).
- **Hotel Botticelli a Firenze**: da city hotel a **boutique hotel di lusso**, con ristorante fine dining.
- **Progetto “Michelin” per il Ristorante Eaté**: dove l'obiettivo è ambizioso: **portare la stella direttamente sulla spiaggia di Follonica**.

Con una visione strategica chiara e un forte commitment verso l'innovazione, Icon Collection si conferma **un caso virtuoso di crescita organica nel settore dell'hospitality italiana**, capace di coniugare **marginalità, sostenibilità e valore esperienziale** in una proposta coerente e proiettata al futuro.

“Il nostro obiettivo è rafforzare la brand equity e attrarre una clientela sempre più esigente. Le certificazioni e la reputazione, insieme all'alleanza con partner strategici, ci consentiranno di ampliare la nostra offerta nel segmento luxury” – conclude **Federico Ficcannerri**.

Icon Collection

È una società di consulenza del gruppo imprenditoriale Ficanterri, nata nel 2019, che si occupa di gestire in maniera sinergica una serie di servizi (marketing, revenue, booking, acquisti, amministrazione, controllo di gestione, etc.) per le strutture **The Sense Experience Resort, Park Hotel Marinetta, Antico Podere San Francesco, Borgo Verde** e **Hotel Botticelli**. Icon Collection ha il compito di condurre tutte le strutture verso l'innovazione sia nell'ambito dell'offerta di servizi, nel marketing, revenue & sales, nei sistemi di controllo ed efficientamento economico che nell'ottimizzazione dell'impiego delle risorse umane e finanziarie.



Icon Srl

Via dei Cavalleggeri Nord, 5

57020 Bibbona (LI)

+39 0586 090657

www.iconcollection.it

Travel Marketing 2
Public Relations & Press Office

Ufficio Stampa Travel Marketing 2, Roma

Alessandra Amati Cell. 335 8111049

www.travelmarketing2.com

[E-mail alessandra.amati@travelmarketing2.com](mailto:alessandra.amati@travelmarketing2.com)