

COMUNICATO STAMPA

FH55 HOTELS CAMBIA VOLTO: UN NUOVO BRAND PER RACCONTARE IL LUSO ITALIANO CONTEMPORANEO

Un rebranding che nasce da oltre 70 anni di storia e guarda al futuro: nuova identità visiva, un sistema di brand più riconoscibile e un legame ancora più forte tra il gruppo e i suoi hotel



Evolgere senza perdere le proprie radici. È questo il principio alla base del nuovo corso di FH55 Hotels, storico gruppo alberghiero italiano che, dopo oltre 70 anni di attività, presenta una nuova identità di brand pensata per raccontare con maggiore forza e coerenza la propria idea di ospitalità. Un rebranding che non rappresenta una cesura con il passato, ma l'evoluzione naturale di una storia familiare costruita sull'eccellenza dell'accoglienza e oggi proiettata verso un concetto di lusso contemporaneo, autentico e personale.

Nato oltre sette decenni fa con **Dino Innocenti**, FH55 Hotels ha costruito nel tempo la propria identità sulla capacità di coniugare tradizione e innovazione: da una parte **il patrimonio storico** delle proprie location e il legame con i territori, dall'altra **un costante percorso di restyling**, attenzione al design, qualità dei servizi e cura dell'esperienza dell'ospite.

Il nuovo posizionamento rafforza questa vocazione, definendo FH55 Hotels come un gruppo di **luxury city hotel** caratterizzato da una dimensione di “*charming luxury*”: un lusso discreto e accessibile, lontano dall'ostentazione, capace di unire eleganza, comfort e autenticità. Le destinazioni (Firenze, Roma e Fiesole)

diventano così parte integrante dell'esperienza, grazie a **strutture collocate in contesti storici e iconici** e pensate per offrire un punto di vista privilegiato sulle città e sul loro patrimonio.

"Questo rebranding rappresenta un passaggio importante nella storia di FH55 Hotels, perché ci permette di dare una forma nuova a un'identità che affonda le proprie radici in oltre settant'anni di ospitalità italiana. Non volevamo semplicemente cambiare un logo, ma raccontare in modo più chiaro chi siamo oggi e, soprattutto, dove vogliamo andare. Abbiamo scelto di valorizzare ciò che ci rende riconoscibili, la nostra storia, le location, l'attenzione alle persone e all'ospite, integrandolo con un linguaggio contemporaneo e con una visione sempre più internazionale del lusso. Ogni nostro hotel continuerà ad avere una propria personalità, ma sarà ancora più forte il senso di appartenenza a una realtà comune, con valori e standard condivisi." afferma **Claudio Catani, Vice President di FH55 Hotels**

Il cuore del rebranding è la costruzione di un sistema di marca nel quale **FH55 diventa il tratto distintivo che accomuna tutte le strutture**, senza però uniformarle. Il nuovo modello di architettura del brand mantiene infatti per ogni hotel una propria identità, legata alla destinazione, alla personalità della struttura e all'esperienza proposta, all'interno di una cornice strategica e valoriale condivisa.

È una scelta che permette al gruppo di presentarsi con una voce più riconoscibile sul mercato, valorizzando allo stesso tempo le singole anime dell'hospitality firmata FH55: dal **Grand Hotel Palatino** nel cuore di Roma all'**Hotel Villa Fiesole**, dal **Grand Hotel Mediterraneo** all'**Hotel Calzaiuoli** a Firenze.

Ogni struttura mantiene così la propria unicità, ma entra a far parte di una narrazione più ampia, nella quale tornano gli stessi valori: **eccellenza, autenticità, ospitalità, sostenibilità e innovazione equilibrata**.

Il rebranding trova la sua espressione più immediata nella nuova identità visiva corporate. **Il logo FH55 diventa il principale dispositivo identificativo del gruppo**, accompagnato da un sistema grafico studiato per garantire coerenza e riconoscibilità in tutte le sue applicazioni, dalla comunicazione istituzionale ai canali digitali.

La nuova palette ruota intorno a due colori specifici: **FH55 Testa di Moro**, tonalità primaria scelta per rappresentare il brand, e **FH55 Beige**, pensato come colore complementare. A questa base comune si affiancano tonalità di accento dedicate alle singole strutture (verde, azzurro e terra) che permettono di esprimere la personalità di ciascun hotel mantenendo un linguaggio visivo unitario. Anche la tipografia contribuisce a definire la nuova personalità del brand: **Ivy Presto**, elegante carattere serif, e **Futura Std**, più essenziale e contemporaneo, costruiscono insieme un equilibrio tra heritage e modernità.

A completare il sistema, ogni hotel è identificato da un proprio **pittogramma**, ispirato al senso del luogo e alle caratteristiche culturali o geografiche della destinazione. Un elemento grafico che diventa una sorta di firma visiva della struttura e ne rafforza l'individualità.

Dietro il nuovo linguaggio visivo c'è soprattutto una visione precisa dell'ospitalità. FH55 Hotels vuole offrire un'esperienza raffinata e personalizzata nella quale **il lusso contemporaneo incontra il calore di casa**, attraverso ambienti curati, design, comfort, servizi personalizzati e una proposta gastronomica di alto livello.

Il rebranding accompagna quindi un percorso più ampio di crescita e restyling delle strutture, **con l'obiettivo di rafforzare il posizionamento luxury e costruire esperienze sempre più distintive**. Una trasformazione che parte dall'identità per arrivare alla relazione con l'ospite: perché, per FH55, il vero lusso non è soltanto ciò che si vede, ma soprattutto **come ci si sente durante il soggiorno**.

Tradizione e radici, eccellenza e qualità, eleganza funzionale, innovazione responsabile e sostenibilità integrata sono i cinque pilastri che guidano questa nuova fase del gruppo. **Un sistema di valori pensato per accompagnare la crescita di FH55 Hotels mantenendo intatto ciò che ne costituisce l'essenza**: una storia italiana, familiare e contemporanea, fatta di luoghi, persone e attenzione autentica all'ospite.

FH55 Hotels. La storia dell'ospitalità italiana, con un nuovo modo di raccontarla.

FH55 HOTELS

È un gruppo alberghiero fondato nel 1955 da Dino Innocenti, pioniere nel settore dell'hôtellerie, che inizia creando il **Grand Hotel Mediterraneo** di Firenze. La storia continua nel 1968 con la costruzione del **Grand**

Hotel Palatino a Roma, a due passi dal Colosseo. Successivamente il gruppo prosegue la sua crescita con l'acquisto dell'**Hotel Calzaiuoli**, nel cuore di Firenze che apre nel 1982. Alla scomparsa del fondatore, gli eredi divenuti nel frattempo titolari delle strutture, continuano la politica di espansione e nel 1995 acquisiscono l'**Hotel Villa Fiesole**. FH55 HOTELS è oggi un gruppo alberghiero composto da quattro strutture, ognuna con una propria identità, ma accomunate da quei valori che la proprietà trasmette quotidianamente a tutto lo staff e alla direzione degli alberghi. Nel 2025, FH55 HOTELS ha celebrato con orgoglio il suo 70° anno di attività, un traguardo straordinario che segna sette decenni di eccellenza nell'ospitalità italiana. Da una visione pionieristica a una realtà consolidata, il gruppo continua a distinguersi per innovazione, qualità e un'attenzione costante al benessere degli ospiti.

Il Gruppo FH55 Hotels, da sempre attento al sostegno dei più bisognosi, ha avviato una meravigliosa iniziativa di solidarietà in collaborazione con l'**Istituto delle Piccole Sorelle dei Poveri di Firenze**. Questo progetto è nato dal desiderio di ridurre gli sprechi alimentari, trasformando le eccedenze del buffet delle colazioni del Grand Hotel Mediterraneo in una preziosa risorsa per l'istituto, che ospita oltre **70 anziani, 10 suore e 20 dipendenti**. Prima di questa iniziativa, gli anziani avevano a disposizione pochissimo per la colazione, ma grazie all'impegno del Gruppo, ora possono godere quotidianamente di una colazione completa e abbondante. Il progetto, avviato nel novembre 2023, rappresenta solo l'ultima delle numerose attività benefiche che il gruppo porta avanti da anni, confermando il suo impegno concreto e costante nel fare la differenza per chi ha più bisogno.



Lungarno del Tempio 44, 50121 Firenze

+39 055 660241

+39 055 679560

www.fhotels55.com

sales@fhotels55.com



Ufficio Stampa Travel Marketing 2, Roma

Alessandra Amati Cell. 335 8111049

www.travelmarketing2.com

E-mail alessandra.amati@travelmarketing2.com

info@travelmarketing2.com

Seguici su facebook 