

THE BULLETIN

29 Gennaio 2026

hotelperformance
BOOST YOUR REVENUE

GIOVEDÌ 29 GENNAIO 2026 Anno VI, n. 1.184



PERFORMANCE

LA STRATEGIA SALES VIRA SUL TREVPAR E SPINGE FATTURATO E MARGINALITÀ DI FH55

I ricavi della compagnia salgono di oltre il 7% a 35,6 mln; l'ebitda cresce in doppia cifra e tocca i 10 mln

Crescono ancora i numeri di Fh55 Hotels, che ha chiuso il 2025 a quota 35,6 milioni di euro di fatturato, corrispondente a un incremento di poco oltre il 7% sull'anno scorso, quando aveva raggiunto i 33,5 mln (31,3 mln nel 2023). Bene anche i margini operativi lordi, grazie a un ebitda di 10 mln, in aumento in doppia cifra percentuale rispetto ai 9 mln del 2024 (8,5 mln nel 2023). A supportare l'incremento delle marginalità, in un contesto di crescente pressione sui costi operativi, il rafforzamento del modello di controllo e l'ottimizzazione dei processi: «Nel 2024 abbiamo affiancato alla contabilità generale un approccio industriale secondo il sistema Usali, fondamentale

per evidenziare le aree di inefficienza e le potenzialità inesprese – spiega il vice president operations, **Claudio Catani** -. Abbiamo inoltre rivisto completamente la divisione acquisti e le marginalità sulla vendita, privilegiando il trevpar piuttosto che il ricavo medio per unità venduta».

Cuore dell'attuale piano di sviluppo, è il progetto di riqualificazione dell'Fh55 Grand Hotel Palatino di Roma. «Consideriamo questo investimento la prima pietra sulla quale costruire il rinnovamento del nostro gruppo - conclude Catani - Al termine dei lavori, previsto per la primavera 2027, l'investimento complessivo sarà di 27 milioni di euro».

BRAND & COLLEZIONI

IL GRUPPO HILTON LANCIA IL SOFT BRAND EXTENDED-STAY APARTMENT COLLECTION

L'iniziativa prende le mosse da una partnership con l'operatore americano specializzato Placemakr

Nuovo marchio di aparthotel per il gruppo Hilton. Frutto di una partnership con l'operatore americano specializzato Placemakr, si tratta del soft brand Apartment Collection. Lo sviluppo partirà dagli Usa con circa 3 mila unità, le cui prenotazioni saranno disponibili già nella prima metà dell'anno. La compagnia con sede in Virginia intende però espandere ulteriormente l'offerta tramite la firma di contratti di franchising con altri

proprietari di asset real estate multifamily. Il prodotto sarà caratterizzato da appartamenti arredati e dotati di servizi alberghieri, tra cui centri fitness, piscina sul rooftop, locali f&b e spazi di co-working. Il segmento extended-stay sta attirando da tempo l'interesse delle grandi compagnie. Non senza, però, qualche piccola frenata, come dimostra il recente caso del fallimento della partnership tra Marriott e Sonder.

 **HOSPITALITY PROJECT**
CONSULTING | PLANNING & MONITORING

welevel.
ACADEMY