



WorldHotels™

MERCOLEDÌ 18 FEBBRAIO 2026 Anno VI, n. 1.198



THRENDS

the **Bulletin**

Informativa a carattere riservato su hospitality real estate, finance & development



**COLDWELL BANKER
COMMERCIAL**

REALTY ADVISORY

YOUR TRUSTED REAL ESTATE GUIDE

PERFORMANCE

**ICON COLLECTION: FATTURATO
A 20 MLN, IN CRESCITA DEL 5%**



*Il Park Hotel Marinetta
di Marina di Bibbona*

**SVILUPPO
EXTRALBERGHIERO**

**DUE NUOVI STUDENTATI
IN ARRIVO A FIRENZE**

**BRAND &
COLLEZIONI**

**APULIA AGGIUNGE L'AH RESORT
CAPO RIZZUTO AL PROPRIO PORTFOLIO**

**INSIGHTS
ITALIA**

STATISTICHE A FEBBRAIO 2026



CONFIDENZIALE E RISERVATO. Le informazioni contenute nel presente documento costituiscono materiale strettamente riservato e confidenziale di proprietà di THRENDS S.r.l. E' vietata la divulgazione, comunicazione, riproduzione o diffusione a terzi, anche parziale, con qualsiasi mezzo e forma senza l'autorizzazione scritta di THRENDS S.r.l. Per informazioni:

analyst@thrends-italy.com

Italian Luxury Design
for hotel and residential projects



WorldHotels™

MERCOLEDÌ 18 FEBBRAIO 2026 Anno VI, n. 1.198



the **Bulletin**



**COLDWELL BANKER
COMMERCIAL**

REALTY ADVISORY

YOUR TRUSTED REAL ESTATE GUIDE

PERFORMANCE

LA ICON COLLECTION CHIUDE IL 2025 CON IL SEGNO PIÙ: FATTURATO IN CRESCITA DEL 5%
Nel 2026 previsto un processo di rebranding pensato per rafforzare l'identità complessiva del gruppo

Risultati finali leggermente al di sotto delle aspettative ma pur sempre positivi per il gruppo Icon Collection, che chiude il 2025 con un fatturato consolidato di 20 milioni di euro: un dato in crescita del 5% su base annua ma appunto inferiore alle previsioni di inizio settembre, quando la compagnia aveva stimato un target di fine esercizio sopra i 22 milioni. Prosegue in ogni caso lo sviluppo dell'operatore toscano che, dopo l'ulteriore +5% del 2024, archivia un altro anno con i ricavi in ascesa.

I numeri Icon Collection sono stati trainati dal segmento luxury, in linea con il processo di riposizionamento dell'offerta verso l'alto. Il The Sense Experience Resort di Follonica e il Park Hotel Marinetta di Marina di Bibbona, in particolare, rappresentano oggi la proposta di punta della compagnia nel segmento upper-upscale e lusso, con un forte orientamento verso la clientela internazionale. Entrambe le strutture registrano infatti una quota di mercato Dach (Germania, Austria, Svizzera) superiore al 45%.

E pure il 2026 si apre con un piano di sviluppo strutturato, che mira a rafforzare ulteriormente il posizionamento luxury del gruppo: «Puntiamo tra le altre cose a consolidare sempre più lo sviluppo commerciale del The Sense, recentemente inserito nel

segmento 5 stelle lusso, sia dal punto di vista delle relazioni con i principali player del mercato, sia in termini di prodotto», spiega il ceo **Federico Ficanterri**. Tra i progetti chiave figura allora la realizzazione della sala Aura: una nuova orangerie esperienziale dedicata a eventi privati e corporate, pensata come leva strategica per lo sviluppo del fatturato soprattutto nelle stagioni di spalla. Ma si segnala anche l'avvio di un rebranding di gruppo destinato a rafforzare l'identità complessiva della Icon Collection e delle sue cinque strutture in gestione, tutte situate in Toscana.

Parallelamente, la compagnia prosegue il percorso di valorizzazione dell'Antico Podere San Francesco di Rosignano Marittimo, destinato a evolvere da residence a resort di alta gamma. «Il cuore del rinnovamento sarà la realizzazione di 13 nuove unità abitative tra suite apartment e camere, progettate per offrire comfort, privacy e un forte dialogo con l'esterno», aggiunge Ficanterri. L'investimento si inserisce in un piano quadriennale che prevede ulteriori sviluppi tra il 2027 e il 2029, con nuove unità, spa, palestra, sala congressi e ristorante, rafforzando il posizionamento della struttura nel segmento luxury esperienziale.

- Continua

THE BULLETIN

18 Febbraio 2026

MINOR
HOTELS

MERCOLEDÌ 18 FEBBRAIO 2026 Anno VI, n. 1.198



PERFORMANCE

LA ICON COLLECTION CHIUDE IL 2025 CON IL SEGNO PIÙ: FATTURATO IN CRESCITA DEL 5%

La compagnia sta valutando nuove opportunità di sviluppo e acquisizioni in città come Torino e Bologna

Tra gli altri progetti in cantiere annunciati in estate, si segnala inoltre la trasformazione del Marinetta in un albergo family luxury a 5 stelle e il riposizionamento del Botticelli di Firenze da city a boutique hotel di lusso con ristorazione fine dining.

D'altronde, come si accennava, sul fronte della redditività il riposizionamento del The Sense ha già prodotto risultati significativi: l'upgrade a 5 stelle lusso completato nel 2025 ha generato infatti un incremento del 10% delle ADR, con un aumento atteso a fine progetto superiore al 40%. Dati che il gruppo considera strutturali e sostenibili nel tempo: «L'adozione di sistemi avanzati di revenue management e pricing dinamico ci ha permesso di migliorare in modo significativo le performance, rendendo la crescita solida e replicabile». Nel 2026 il percorso di digitalizzazione entra quindi in una nuova fase, con l'implementazione di un CRM per la marketing automation e di una messaggistica WhatsApp AI con preventivatore automatico: strumenti progettati per supportare il booking office sia in termini di produttività sia di ottimizzazione delle conversioni. «Questa scelta va nella direzione di una relazione sempre più personalizzata e tailor made con l'ospite, già dalla fase di prospect e di pre-stay», sottolinea il CEO.

Accanto alla tecnologia, la Icon Collection investe in modo

strutturato anche sul capitale umano, considerato uno degli asset competitivi centrali del gruppo. Nel 2026 verrà perciò lanciata una nuova Intranet aziendale, accessibile via app, concepita come hub di formazione, e-learning e community interna, affiancata da percorsi di formazione commerciale e manageriale. Prosegue poi la consulenza del filosofo ed esperto di organizzazioni **Alessandro Guidi**, a supporto delle "Umane Risorse", con l'obiettivo di allineare modelli organizzativi e linguaggi del lavoro alle esigenze delle nuove generazioni.

Pure la sostenibilità resta un pilastro strategico, integrata negli obiettivi economici del gruppo. Nel 2026 proseguiranno quindi i progetti ambientali come WePlant, le iniziative di responsabilità sociale e il percorso di certificazione GStc, già avviato nel 2025: «Sono attività che nascono da un impegno autentico verso la comunità, le persone e l'ambiente, ma che allo stesso tempo favoriscono l'accesso a nuovi segmenti di mercato sempre più sensibili a questi temi - conclude Ficcanterri -. In un contesto di forte interesse per gli investimenti in hospitality in Italia, guardiamo infine al futuro valutando nuove opportunità di sviluppo e acquisizione in città ad alto potenziale come Torino e Bologna, confermando una strategia di crescita selettiva, coerente con il nostro Dna luxury ed esperienziale».