

## Elite Villas guarda alle località sciistiche e ai mercati internazionali

2025-04-24 10:33:44 di Penelope Vaglini

URL:<https://forbes.it/2025/04/24/elite-villas-guarda-alle-localita-sciistiche-e-ai-mercati-internazionali/>

*Articolo tratto dal numero di aprile 2025 di Forbes Italia. [Abbonati!](#)* **Elite Villas** non è solo un nome nel panorama del property management, ma anche un codice estetico ed esperienziale che parla a chi cerca dimensioni intime e su misura. Nata dalla visione imprenditoriale di **Giada Filippetti Della Rocca**, la realtà si è affermata sul mercato e ha conquistato un segmento di pubblico molto esigente e raffinato. Nel suo portfolio si trovano alcune delle ville più belle d'Italia, messe a disposizione con servizi che rendono il soggiorno completo. Dopo aver acquisito il pieno controllo nel 2024, la fondatrice è oggi socia di maggioranza di Elite Villas - partecipata da Zeta Holding di Francesco Zaccariello (exit EFarma) - e ha avviato una strategia di espansione che sta portando il marchio a rafforzare la sua presenza nei mercati del leisure e degli eventi business di lusso, dall'Italia agli Stati Uniti, fino al Medio Oriente. È il caso dell'apertura di una nuova sede in Sardegna, che nel 2025 entra a far parte del portfolio con 15 proprietà tra Porto Cervo e Porto Rotondo.

### Le ville di Elite Villas

“Abbiamo ville molto grandi, selezionate con la cura che da sempre ci contraddistingue, per offrire un prodotto di altissimo livello. La Sardegna è sempre più richiesta dai viaggiatori americani, nostro target di riferimento, e vogliamo che possano viverla nella sua massima espressione”, spiega **Filippetti Della Rocca**. Come in tutte le dimore proposte dall'azienda, l'esperienza va oltre il soggiorno. Lo staff dedicato, la possibilità di avere uno chef personale, trattamenti benessere e servizi concierge contribuiscono a rendere le vacanze uniche e all'insegna di tutti i comfort. “Abbiamo partnership con ristoranti di altissimo profilo, come Paolino a Capri e La Conca del Sogno a Massa Lubrense, e portiamo la loro cucina direttamente nelle ville”.

### La dimensione gastronomica

La dimensione gastronomica è centrale per Elite Villas. Gli ospiti possono scegliere menu personalizzati e vivere la tavola tra ingredienti selezionati e piatti creati su misura. Ma l'offerta non si ferma qui. L'affiancamento di yacht privati alle residenze permette di esplorare la costa da una prospettiva privilegiata, costruendo itinerari tra calette nascoste. “Il nostro modello resta lo stesso: cambia la location, ma si adatta alle esigenze di ogni destinazione”, prosegue Filippetti Della Rocca. L'espansione, infatti, **non riguarda solo la Sardegna**. Il brand ha un nuovo focus invernale su Cortina e St. Moritz, per offrire un'alternativa di lusso durante la stagione fredda. “Abbiamo già una base a St. Moritz, mentre a Cortina sta prendendo forma una ricca selezione di chalet in vista delle Olimpiadi invernali. È un progetto su cui puntiamo molto”.

### Le destinazioni tradizionali

Il rafforzamento della presenza nelle destinazioni tradizionali del lusso italiano, come il Lago di Como e la Toscana, va di pari passo con una nuova attenzione verso il mercato internazionale, in particolare quelli americano e mediorientale. Gli ospiti provenienti dal Medio Oriente, per esempio, hanno esigenze molto specifiche. “Prediligono staff separati per genere, hanno una forte attenzione alla privacy e sono molto selettivi quando si tratta degli chef”. La clientela americana, invece, è più orientata all'esperienza

gastronomica e richiede cooking class, wine tasting, immersioni nell'enogastronomia locale.

## L'espansione

L'espansione di Elite Villas è accompagnata da un'intensa attività di networking internazionale. Tra gli eventi chiave del 2025 spicca quello che si è appena concluso a New York, all'interno del membership club di Casa Cipriani. “È stata un'occasione per **rafforzare il legame con il mercato americano**, fidelizzare i migliori clienti e travel agent, facendo conoscere sempre di più l'esclusività delle nostre destinazioni”. Un'operazione di branding che punta a consolidare la posizione di Elite Villas come riferimento nella luxury hospitality e nell'organizzazione di eventi per realtà aziendali di alto profilo. Le collaborazioni con i brand sono un altro trend in forte crescita su cui scommette Filippetti Della Rocca: sempre più aziende scelgono le dimore di Elite Villas per esperienze immersive, trasformando l'ospitalità in un veicolo per trasmettere i valori del marchio. “Abbiamo lavorato con brand come Audrer, che ha riservato le nostre ville per alcuni influencer, costruendo un soggiorno su misura tra allestimenti, gastronomia e momenti di benessere”. Un approccio che si sta espandendo a settori diversi, grazie ad aziende che vedono nell'ospitalità un mezzo per rafforzare la loro identità.

## L'innovazione tecnologica

Per facilitare queste nuove attivazioni, Elite Villas punta anche sull'innovazione tecnologica, progettando una **rivoluzione nel modo di prenotare un soggiorno in villa**. “Non avremo più un sito tradizionale, ma una piattaforma avanzata che consentirà di personalizzare ogni dettaglio del soggiorno: dalla scelta della villa all'inserimento di servizi esclusivi, come chef privati e macchina con autista”, spiega Filippetti Della Rocca. Uno strumento pensato sia per i clienti finali, sia per gli agenti di viaggio, che avranno un accesso dedicato per costruire itinerari su misura. Un approccio che conferma la volontà di andare oltre il servizio di property management, proponendo una filosofia che interpreta il viaggio come esperienza totale, in cui il lusso si unisce a precisione, armonia e attenzione al dettaglio. L'ingresso in nuove destinazioni e la crescita del network internazionale sono tappe di un percorso che punta a ridefinire i confini dell'ospitalità di alta gamma. “Ho sempre avuto una visione chiara: scalare la società e renderla un punto di riferimento assoluto. Oggi siamo leader a Capri, domani vogliamo esserlo in tutte le destinazioni più esclusive del mondo”. Elite Villas ha avviato una strategia di espansione che sta portando il marchio a rafforzare la sua presenza nei mercati del leisure e degli eventi business di lusso, dall'Italia agli Stati Uniti, fino al Medio Oriente. È il caso dell'apertura di una nuova sede in Sardegna, che nel 2025 entra a far parte del portfolio con 15 proprietà tra Porto Cervo e Porto Rotondo.