Hilton Worldwide lancia Tru, il brand per i giovani

Hilton Worldwide lancia **Tru by Hilton**, il nuovo brand per i ragazzi. Rivolto a un pubblico giovane, 'tecnologico' e attento alle novità Tru by Hilton, il 13° marchio del gruppo, si caratterizza per i colori vivaci, le forme circolari e l'innovazione. Ma soprattutto colma il vuoto nella categoria degli alberghi di media gamma di Hilton negli Usa e in Canada. Sarà un marchio middle scale destinato al più grande segmento del mercato alberghiero, che secondo le stime dovrebbe attrarre 18 milioni di viaggiatori. Partendo dall'idea che attenzione ai costi e pernottamenti di buon livello non siano concetti necessariamente in contrasto, Tru by Hilton offrirà un'esperienza unica nella sua categoria, ma a prezzi accessibili. Gli hotel Tru avranno stanze piccole e semplici, con letti confortevoli e bagni spaziosi, un vasto open space attrezzato e suddiviso in diverse zone per lavorare, giocare, mangiare, fare fitness e connettersi. Per esempio al **Command center,** una sorta di reception multifunzionale con una parete digitale dedicata ai social media. Il tutto a partire da meno di 100 dollari a notte (circa 92 euro). Pensato per adattarsi a contesti urbani o nelle vicinanze di autostrade e aeroporti, il primo Tru aprirà entro la fine del 2016 negli **Stati Uniti,** ma già ci sono accordi di franchising per altre 102 strutture, a cui potrebbero aggiungersene altre 30 in città quali Atlanta, Dallas, Houston, Chicago, Denver, Portland e Nashville. E non è escluso di espandere il marchio anche al di fuori delle aree previste per la fase di lancio.