L'espansione in Europa di Moxy Hotels: obiettivo 40 nuove destinazioni entro il 2020

Moxy Hotels, brand esperienziale di **Marriott International** che ha debuttato in Europa nel 2014 con il Moxy Milano Malpensa vuole consolidare la sua presenza in Europa e per i prossimi tre anni ha in programma aperture di hotel in oltre 40 nuove destinazioni europee, situate sia in mercati in crescita sia in quelli già affermati. Entro la fine del 2020 saranno inaugurati oltre 50 alberghi, dalla Germania al Regno Unito, dove il brand è già presente, fino a Francia, Portogallo e Paesi Bassi, dove arriverà per la prima volta in assoluto.

Nel dettaglio:

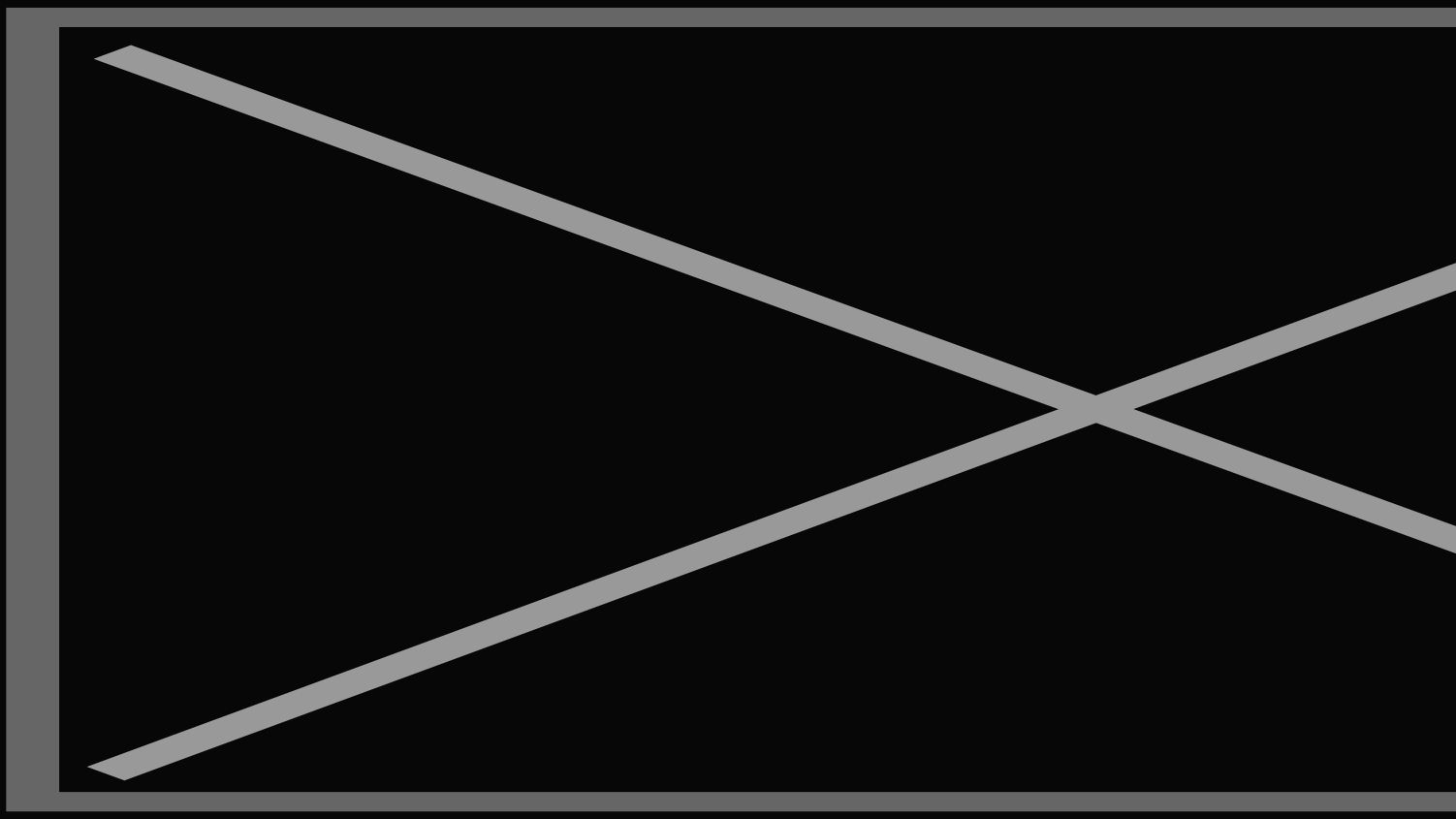
In Germania Moxy Hotels è già presente sul suolo tedesco con 9 hotel. Entro la fine del 2019 saranno aperte altre 16 proprietà in diverse città, tra cui Francoforte, Monaco, Amburgo e Düsseldorf.

Nel Regno Unito dopo le recenti aperture a Londra, con Moxy London Excel e Moxy London Stratford, il brand inaugurerà altri cinque indirizzi nel Regno Unito entro la fine del 2018 in città vivaci come Edimburgo, Glasgow, York e Southampton.

In Scandinavia la recente apertura di Moxy Oslo X ha segnato il debutto di Moxy Hotels nei Paesi Scandinavi. Prossimamente il brand arriverà anche a Copenhagen, in Danimarca, e a Stavanger, in Norvegia.

Nuovi mercati: nei prossimi tre anni Moxy Hotels aprirà anche in nuovi mercati europei, tra cui Paesi Bassi (Amsterdam, L'Aia), Francia (Parigi, Lille, Biot), Portogallo (Lisbona), Polonia (Varsavia, Poznan, Katowice e Szczecin), Georgia (Tbilisi), Svizzera (Berna e Losanna) Irlanda (Dublino) e Grecia (Patra).

La storia di Moxy Hotels ha avuto inizio in Italia, con l’apertura nel 2014 del Moxy Milano Malpensa. Da allora, il brand è cresciuto considerevolmente e oggi conta 20 hotel in Europa, in Nord America e nell’area Asia-Pacifico. Nel complesso sono in programma 90 nuove aperture in tutto il mondo.



“Moxy è stato ideato per rispondere alle esigenze in continuo cambiamento della nuova generazione di viaggiatori ed è proprio questa esperienza personalizzata che lo rende così interessante", ha dichiarato **John License**, Vice Presidente Premium e Select Brands di Marriott International, Europa. "Moxy Hotels permette agli ospiti di non prendersi troppo sul serio, offrendo loro esperienze personalizzate in spazi ben progettati, dotati della tecnologia più recente e provvisti di aree dove combinare lavoro e divertimento, a prezzi sorprendentemente convenienti. Questi sono gli ingredienti che hanno contribuito al successo del brand in Europa e non solo."

Le proprietà Moxy sono in gran parte in franchising, elemento chiave per la rapida crescita del marchio. I proprietari riconoscono la proposta di valore del brand, che offre un rapido accesso al mercato e a piattaforme globali di livello mondiale, oltre alla partecipazione a Marriott Rewards, il programma fedeltà del gruppo.

"Moxy sta vivendo un incredibile momento di crescita spinto dai proprietari che cercano di massimizzare rapidamente il valore delle loro risorse con opportunità di adattamento, riutilizzo e conversione", ha affermato **Carlton Ervin**, Chief Development Officer di Marriott International, Europa. "Con il suo design flessibile, Moxy rappresenta una scelta intelligente per i proprietari: si adatta infatti facilmente a una serie di progetti di sviluppo, compresa la trasformazione di spazi non convenzionali - come un magazzino di spezie, un edificio storico adibito a uffici o una fabbrica di vodka, in hotel alla moda".