

Italia: terra di grandi opportunità

Il nuovo sistema alberghiero italiano: Ecco in sintesi quanto emerso all'Hospitality Forum 2019 di Scenari Immobiliari e "Le sfide per l'ospitalità del futuro" di SDA Bocconi.

di Andrea Suma
con Fabrizia Marra e Jasmine Barna

Il mercato immobiliare alberghiero italiano ha chiuso un 2018 che promette ottimi auspici per il prossimo futuro: si è infatti registrato un fatturato di 3 miliardi di euro di immobili scambiati con contratti di vendita o locazione, corrispondenti a un aumento del 9% rispetto all'anno prima. Questa tendenza si conferma positiva anche per l'anno in corso, con un'ulteriore crescita di fatturato, che arriverà a toccare i 3,4 miliardi.

Sono questi i dati emersi nel "Rapporto 2019 sul mercato immobiliare alberghiero", presentato all'Hospitality Forum 2019, appuntamento - irrinunciabile per gli addetti ai lavori - organizzato a Milano da Scenari Immobiliari in collaborazione con Castello Sgr.

Allontanandoci dal focus nostrano, è evidente quanto il caso italiano sia parte, tra le più virtuose invero, di un trend positivo a livello globale: come evidenziato da Mario Breglia, presidente di Scenari Immobiliari, nel suo intervento di introduzione all'evento, il fatturato mondiale del turismo è stato per il 2018 di 1'230 miliardi, con un incremento dell'8% rispetto al 2017. Il 20% della popolazione mondiale, quindi almeno 2 miliardi di persone, ha fatto i turisti. Il 60% di



LA PAROLA AGLI OPERATORI...

In questi anni abbiamo cercato attraverso gli alberghi di aggiungere valore al nostro marchio e di trasmettere il concetto di contemporaneità, di lusso e di italianità che è propria del brand nel settore dell'hospitality

Attilio Marro, Bulgari Hotels and Resorts

questi ha pernottato in un albergo, mentre il 20% ha preferito l'intimità di una casa, di proprietà o presa in locazione.

Volendo analizzare la situazione da un punto di vista macroeconomico, a livello mondiale il turismo incide sul PIL con un contributo diretto del 3,2%. Per "contributo diretto" si intende il valore generato da tutte le strutture, le imprese e i servizi strettamente collegati al turismo: hotel e altre strutture ricettive, trasporti aerei, attività di intrattenimento e così via. Per quanto riguarda il contributo indiretto - cioè tutte le attività derivanti dai settori indirettamente toccati dal comparto, pur non rientrando formalmente nel settore turistico - la percentuale raggiunta supera la soglia del 10%.

L'Italia troneggia rispetto ai suoi competitor per la sua media elevata, con un contributo diretto del 5,2% del PIL, arrivando a un 13,2% se si considerano anche il contributo indiretto e l'indotto, quest'ultimo generato dai lavoratori del settore.

Chi ci supera? La Grecia, prima della classe con il suo 19,7%, il Portogallo (17,3%) e la Spagna (14,9%); mentre la Germania si ferma a un 10,7% e la Francia all'8,9%.

Il turismo è inoltre un potente generatore di posti di lavoro: attualmente sostiene, direttamente o indirettamente, un posto di lavoro



LA PAROLA AGLI OPERATORI...

In Italia siamo presenti dal '74 con il primo hotel a Bologna; adesso, grazie ai nostri 82 alberghi presenti sul territorio, siamo la seconda catena in Italia. Il nostro business model è, a livello mondiale, il franchising management. Ad oggi l'opportunità è nella riconversione di immobili su segmenti di fascia media.

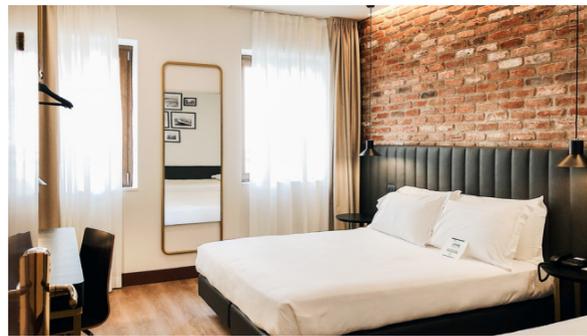
Nicola Foschini, Accor Hospitality Italia



Il turismo, principali indicatori 2018

	Mondo	Europa	Spagna	Francia	Germania	Italia
Contributo diretto del turismo sul Pil (%)	3,2	3,9	4,5	3,6	4,0	5,2
Contributo indiretto del turismo sul Pil (%)	10,4	9,7	14,6	9,5	8,6	13,2
Spesa dei turisti stranieri, % sulle esportazioni	6,5	6,0	16,6	8,1	2,9	7,7
Spesa						
■ turisti stranieri	29	3	45	3	15	24
■ turisti domestici	71	65	55	66	85	76
Spesa						
■ business	22	21	12	19	17	21
■ leisure	79	79	88	81	83	79

fonte: WTTC



su dieci nel mondo. In Italia il settore impiega il 14,7% della forza lavoro presente in territorio nazionale, contro una media europea dell'11,7% e mondiale del 9,9%.

Accanto a questi numeri, Giampiero Schiavo, AD di Castello SGR, fa il punto sulla situazione alberghiera in Italia: il Belpaese può contare su 33 mila strutture e un milione di camere. Si tratta di un mercato capace di attrarre capitali per 3 miliardi, di cui più della metà deriva da investimenti internazionali, soprattutto di provenienza europea, asiatica – una presenza costante quest'ultima – e, in parte, statunitense. Roma si è profilata come il luogo più attrattivo per questi investitori, seguita subito dopo da Milano.

Il capoluogo meneghino, in particolare, mostra una realtà immobiliare tra le più vivaci in Europa. L'assegnazione delle Olimpiadi 2026 al tandem Milano-Cortina, infatti, potrà spingere investimenti immobiliari diretti legati ai Giochi – dal villaggio olimpico alle altre strutture da realizzare – stimati per 400 milioni di euro. Questa cifra si andrà ad aggiungere a un budget per investimenti già ipotizzato per oltre 13 miliardi di euro nei prossimi dieci anni. Inoltre la presenza degli atleti in città potrà garantire anche un incremento dell'offerta alberghiera, sulla base di quanto accaduto nelle altre località dove ci sono stati Giochi. L'aumento stimato è di circa il 10%, per un totale di tremila stanze e un investimento non inferiore al miliardo di euro. Le Olimpiadi, poi, sulla scia dell'effetto Expo che ha portato a triplicare le presenze estere negli ultimi anni, permetteranno di consolidare la presenza degli investitori stranieri: un aumento che Mario Breglia stima di almeno il 50% nei prossimi cinque anni, per un totale di circa 10 miliardi di euro, che si concentreranno nei settori degli uffici e commerciale.

Il quadro è talmente felice che ha attirato l'attenzione di diversi investitori istituzionali nostrani – tra cui Cassa Depositi e Prestiti, Allianz e Generali – che ora sono pronti a diversificare quegli investimenti che storicamente convergevano negli uffici, ritenuti più sicuri,

LA PAROLA AGLI OPERATORI...

Al momento gestiamo 38 strutture, 5000 camere, siamo presenti su 10 regioni e 15 destinazioni.

Abbiamo tante idee di sviluppo, stiamo investendo molto dal punto di vista commerciale, di evoluzione, di innovazione tecnologica.

Fabrizio Gaggio, Gruppo UNA

considerando l'albergo come un asset altrettanto interessante. Questo trend nazionale, ancora una volta, e parte trainata di una generale tendenza positiva europea, che nel 2018 ha visto un movimento di capitale nelle transazioni di immobili alberghieri di oltre 24 miliardi, con una crescita del +3,9% sul 2017, prendendo in considerazione anche le acquisizioni di gruppi e società con sottostante asset che hanno contraddistinto il comparto. Nel complesso sono

Indicatori alberghieri nelle principali città europee, gennaio – aprile di ogni anno

	Toc %		var	ADR		var %	RevPAR		var %
	2019	2018		2019	2018		2019	2018	
Europa	65,8	66,0	-0,3	104,0	102,0	2,0	68,5	67,3	1,7
Europa orientale	59,1	58,6	0,9	70,9	70,8	0,2	41,9	41,5	1,0
Europa settentrionale	68,8	69,5	-1,0	100,1	99,1	1,0	68,9	68,9	0,0
Europa meridionale	64,7	64,8	-0,2	107,0	103,5	3,5	69,3	67,1	3,3
Europa occidentale	65,5	65,5	0,0	114,8	111,9	2,5	75,2	73,3	2,6

Nazioni	Toc%		var	ADR		var %	RevPAR		var %
	2019	2018		2019	2018		2019	2018	
Francia	62,8	63,2	-0,6	113,0	109,1	3,6	70,9	68,9	2,9
Germania	66,5	66,7	-0,3	102,9	100,2	2,7	68,5	66,8	2,5
Italia	63,8	63,3	0,8	123,6	122,7	0,7	78,8	77,7	1,5
Portogallo	57,6	58,2	-1,0	91,8	89,1	3,0	52,9	51,9	1,9
Spagna	68,5	68,2	0,4	106,2	104,4	1,7	72,8	71,2	2,2
Regno Unito	71,8	72,0	-0,3	99,4	97,7	1,8	71,4	70,4	1,5

Mercati	Toc%		var	ADR		var %	RevPAR		var %
	2019	2018		2019	2018		2019	2018	
Barcellona	71,9	67,5	6,5	135,3	129,4	4,6	97,2	87,3	11,4
Berlino	73,6	70,6	4,2	95,3	93,0	2,5	70,2	65,7	6,9
Lisbona	67,4	69,9	-3,6	111,2	106,6	4,3	74,9	74,5	0,6
Londra €	78,2	77,6	0,8	158,0	152,6	3,6	123,6	118,4	4,4
Londra £	78,2	77,6	0,8	136,5	134,3	1,7	106,7	104,1	2,5
Madrid	72,2	71,7	0,7	108,6	106,1	2,4	78,4	76,0	3,1
Milano	71,7	69,9	2,6	150,6	151,4	-0,5	107,9	105,9	1,9
Parigi	71,1	74,1	-4,0	193,0	192,8	0,1	137,3	142,8	-3,8
Roma	61,9	63,7	-2,8	133,4	131,2	1,6	82,6	83,6	-1,2

Fonte: STR

Riepilogo interventi sulle strutture alberghiere – Europa

(nuove aperture, cambi di gestione, ristrutturazioni), giugno 2018 – giugno 2019

Tipo di intervento	Apertura		Cambio di gestione		Ristrutturazione		Totale	
	n° alberghi	n° camere	n° alberghi	n° camere	n° alberghi	n° camere	n° alberghi	n° camere
Francia	8	1.132	-	-	-	-	8	1.132
Germania	10	2.528	-	-	1	306	11	2.834
Portogallo	2	383	-	-	-	-	2	383
Regno Unito	12	2.145	-	-	-	-	12	2.145
Spagna	5	862	-	-	1	475	6	1.337
Altri	8	1.919	1	303	1	113	10	2.335
Totale ultimi 12 mesi	45	8.969	1	303	3	894	49	10.166

Elemento emergente negli alberghi rilevati è la dimensione più ampia, rispetto all'anno precedente. 71% ha più di 100 camere, 29% meno di 100 stanze

LA PAROLA AGLI OPERATORI...

Ci piace pensare che mettiamo in vetrina, per i nostri clienti di tutto il mondo, l'Italia e le sue cose belle. [...] Ci sono moltissimi alberghi di scarsa qualità e questo è un po' il problema: avere del patrimonio alberghiero così vecchio dà una brutta immagine al Paese e dunque bisogna lavorare su questo per creare delle nuove destinazioni".

Gianleo Bosticco, Marriott International



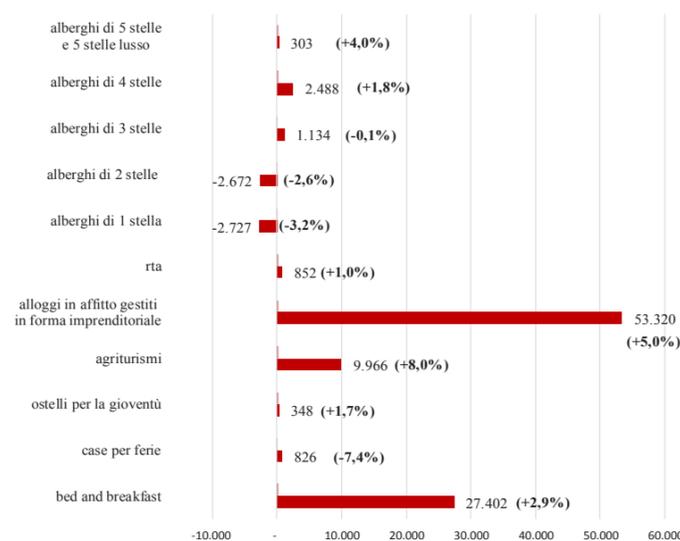
passate di mano oltre 200 mila camere: particolarmente attive le società di privati equity (circa il 21% degli investimenti), seguite dagli investitori istituzionali (17%), dagli operatori alberghieri (11%) e dal Reit (9%).
 Questi dati ci dicono che il sistema alberghiero, senza dubbio, si rivela strategico soprattutto per la capacità di attrarre capitali, in gran parte internazionali. In Italia il mercato immobiliare riferito all'hôtellerie si sta infatti sviluppando in sostituzione di altri asset class meno redditizi. Sono sempre più numerosi i soggetti finanziari che investono nel comparto alberghiero, recuperando e valorizzando edifici esistenti, riconvertendo e rigenerando il patrimonio immobiliare. Prima per numero di camere d'albergo in Europa, e terza al mondo, l'Italia contava nel 2017 circa 33 mila esercizi alberghieri, per un

totale di oltre 1 milione di camere. Eppure mancano i grandi alberghi in grado di ospitare i grandi gruppi di turisti (basti pensare che nel 2017 in Italia solo il 4,3% delle strutture alberghiere era dotato di più di 100 camere, a fronte ad esempio del 12,4% della Spagna) e le performance delle strutture esistenti sono piuttosto basse rispetto ai nostri competitor (46,1% rispetto al 46,3% della Francia, al 51,6% del Regno Unito e al 62,6% della Spagna).
 Come giustamente hanno osservato, tra gli altri, Alessandro Belli di CDP Investimenti sgr e Matteo Bertolini di COIMA sgr, intervenuti all'evento targato SDA Bocconi "Le sfide per l'ospitalità del futuro", accanto a questi temi operano ancora ombre antiche: la mancanza di infrastrutture adeguate e, insieme, il carattere fortemente parcellizzato del comparto, gestito in maniera familiare, concentrato

su strutture di qualità intermedia (prevalentemente tre stelle), che molto raramente appartengono a una catena alberghiera. Il mercato sta infatti risentendo positivamente della tendenza sempre più diffusa, soprattutto da parte di alcune grandi catene alberghiere, a operare secondo logiche di separazione tra proprietà immobiliare e gestione alberghiera: una strategia che sembra premiare le società alberghiere in termini di risultati economici e reddituali e che rende più dinamico il mercato, consentendo un aumento delle compravendite immobiliari. Ma in Italia l'identificazione tra proprietà della struttura e gestione dell'impresa alberghiera, tradizionalmente a conduzione familiare, costituisce ancora il modello operativo prevalente: proprio per questo, stando all'opinione degli investors, affrontare il nodo della separazione tra proprietà im-

mobiliare e gestione manageriale delle strutture sarà determinante per accrescere l'interesse verso il settore da parte del mercato dei capitali e per favorirne ulteriormente lo sviluppo. L'Italia si caratterizza inoltre per una presenza ancora marginale delle catene alberghiere: nel 2017 queste infatti hanno rappresentato il 4,5% del totale degli alberghi, rispetto al 21% della Francia, al 12,1% della Spagna, al 10,3% della Germania e all'8,5% del Regno Unito. Tuttavia negli ultimi anni si è assistito a una crescita positiva della presenza di catene (+4,5% solamente tra il 2016 e il 2017), attribuibile in prevalenza a progetti di riconversione e riqualificazione. Il numero di marchi alberghieri presenti in Italia è di 227 brand, i due terzi dei quali rappresentati da catene domestiche. Le diversità tra operatori nazionali e stranieri sono di rilievo: a differenza dei nostri operato-

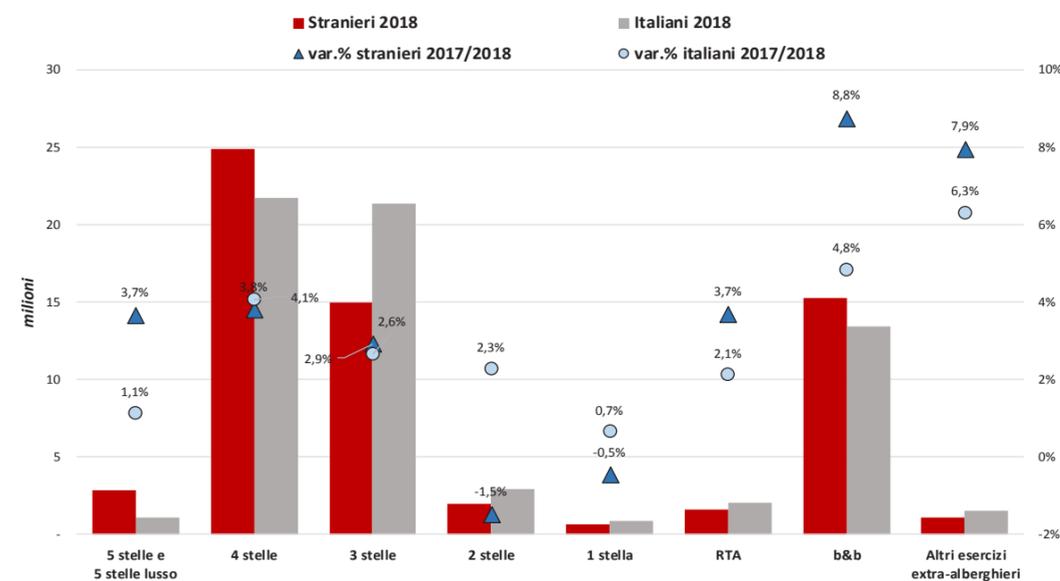
Sistema ricettivo italiano
 variazioni assolute degli esercizi ricettivi in Italia, 2004-2018 (var. % 2017/2018)



Confermato il trend di crescita sostenuta, soprattutto dell'offerta extralberghiera

Arrivi e presenze turistiche in Italia, 2018

Arrivi : 128 milioni di turisti
 (di cui 49,3% stranieri)



fonte: Istat



LA PAROLA AGLI OPERATORI...

“Club Med è uno dei pilastri dell’attività turistica di Fosun. L’obiettivo e la strategia di Fosun Turism è quello di farci diventare resort all inclusive premium per famiglie. Siamo sempre più global perché la nostra clientela è ormai all’85% internazionale, abbiamo cercato di bilanciare il mercato con una presenza omogenea su tutte le aree geografiche. Investiamo milioni di euro sulla digitalizzazione e per questo abbiamo creato un nuovo business unite che ingloba il marketing e l’IT. Per noi l’Italia è fondamentale a livello di sviluppo e di investimento.

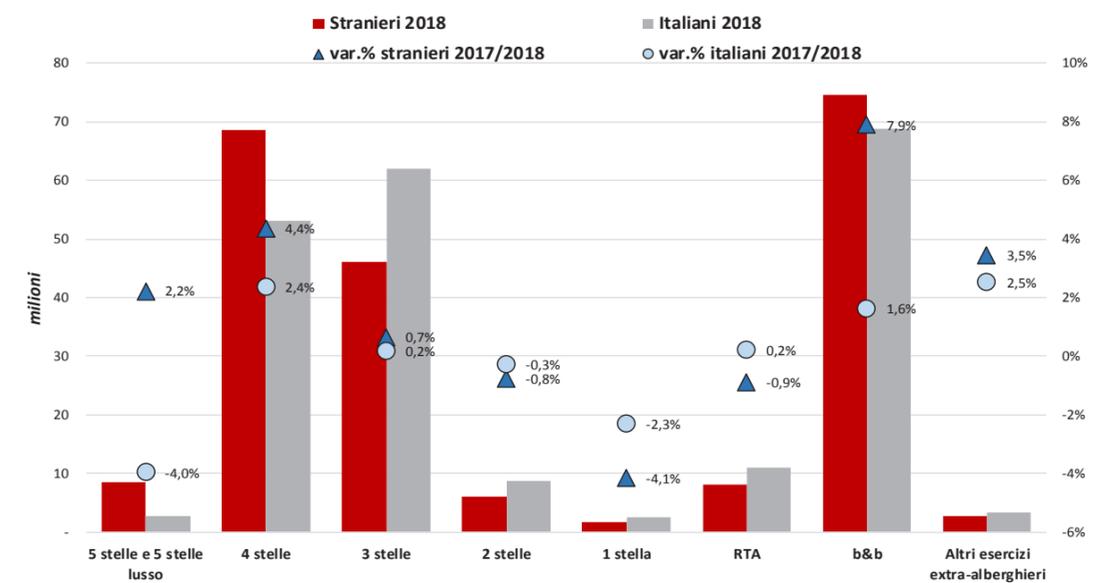
Arnaldo Aiolfi, Club Med

ri domestici che, lo ripetiamo, concepiscono proprietà e gestione come due meccanismi tradizionalmente coincidenti, i grandi gruppi internazionali infatti investono prevalentemente negli alberghi più grandi, di qualità più elevata, in località turistiche note e affermate, con forme contrattuali atipiche, come leasing, franchising e management contract. Ma cosa vogliono oggi i nuovi turisti? Da un lato l’affermarsi del viaggiatore “fai da te” – alla ricerca di realtà in gra-

do di restituire appieno lo stile di vita dei luoghi e il contatto con il territorio – dall’altro l’affermarsi di una tipologia di domanda orientata in prevalenza al lusso, hanno inizialmente messo in difficoltà il sistema alberghiero. Alla componente tradizionale della ricettività, infatti, si è chiesto di reggere al contraccolpo legato a una domanda turistica che cerca altro rispetto all’albergo e, allo stesso tempo, di intercettare nuovi flussi che prediligono sistemazioni alberghiere

Arrivi e presenze turistiche in Italia, 2018

Presenze: 428 milioni di turisti
(di cui 50,5% stranieri)



fonte: Istat

LA PAROLA AGLI OPERATORI...

Siamo un operatore White Label quindi operiamo con una logica multibrand lavorando con più catene internazionali, operiamo secondo una logica che definiamo attraverso due variabili: la flessibilità che ci concede il brand e gli elevati standard che ci richiedono all'interno di quello che è il panorama nel quale operiamo, dunque dal segmento mixtale e luxury.

Luca Boccato, HNH Hospitality



Riepilogo interventi sulle strutture alberghiere – Italia

(nuove aperture, cambi di gestione, ristrutturazioni), giugno 2018 – giugno 2019

Tipo di intervento Regione	Apertura		Cambio di gestione		Ristrutturazione		Totale	
	n° alberghi	n° camere	n° alberghi	n° camere	n° alberghi	n° camere	n° alberghi	n° camere
Basilicata	1	35	-	-	-	-	1	35
Lazio	6	476	-	-	-	-	6	476
Lombardia	4	353	2	217	1	36	7	606
Piemonte	2	117	-	-	-	-	2	117
Puglia	-	-	1	30	-	-	1	30
Toscana	3	441	1	50	-	-	4	491
Trentino Alto Adige	-	-	-	-	1	45	1	45
Valle D'Aosta	1	30	-	-	1	54	2	84
Veneto	3	227	1	75	-	-	4	302
Totale ultimi 12 mesi	20	1.679	5	372	3	135	28	2.186

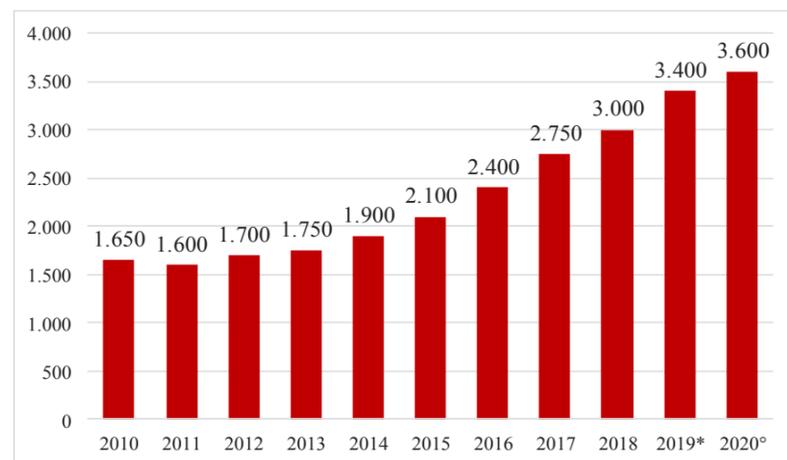
Ampio spazio al segmento lusso e alle proposte innovative, negli ultimi dodici mesi

di fascia elevata. La nuova domanda turistica si contraddistingue per flessibilità, segmentazione, richiesta di personalizzazione e di esperienze diversificate. Lo sa bene Fabio Braidotti di EY Hospitality Real Estate che, intervenuto all'incontro di Scenari Immobiliari, ha affermato che l'Italia dovrebbe puntare sul suo vasto mercato luxury: non ci vorrà molto, infatti, perché le strutture mal gestite da una o due stelle spariscano a vantaggio dei 4 o 5 stelle. Alberghi di lusso, dunque, che oggi puntano a dare soluzioni adeguate al segmento famiglia, accanto a un'offerta in generale più che mai diversificata, atta a far fronte alle più svariate esigenze e caratteri-

stiche degli utenti. Importante focalizzarsi su quelli che sono i nuovi prodotti, come afferma Giorgio Bianchi di PKF hotelexperts: nelle nuove forme di ospitalità il design è sempre più preponderante, e anche la parte di food&wellness rappresentano, in un'ottica di investimento, degli asset molto significativi. La globalizzazione delle economie ha contribuito a cambiamenti rilevanti nell'ambito degli assetti internazionali, nonché a un dinamismo senza precedenti nel settore turistico. Il mutamento degli scenari mondiali induce a ripensare strategicamente la posizione competitiva dell'Italia, che dovrà cercare di intercettare i nuovi flussi provenienti dai mercati

Andamento e previsioni del mercato immobiliare alberghiero in Italia

2010 –2020
(milioni di euro)

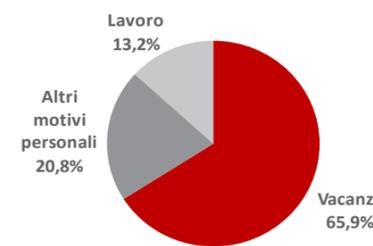


(*) Stima
(*) Previsioni

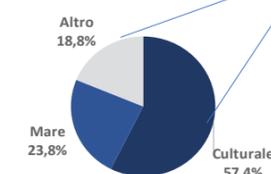
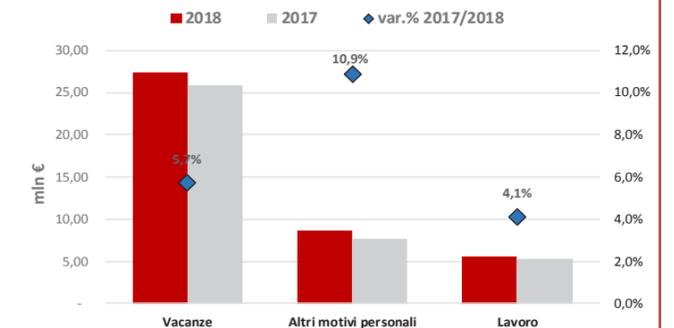
Fonte: Scenari Immobiliari

Turisti stranieri in Italia, 2018

Suddivisione delle entrate turistiche per motivo del viaggio



Entrate turistiche per motivo del viaggio



fonte: Banca d'Italia

LA PAROLA AGLI OPERATORI...

Siamo una realtà multibrand con più di 13 marchi. In Italia sono pochissimi gli alberghi gestiti da catene alberghiere, ci siamo mai chiesti come mai? Probabilmente bisogna cambiare approccio. Il 2018 è stato un anno molto positivo, in totale sul fatturato i nostri hotel sono cresciuti del 2,5%: le location che hanno trainato questa crescita sono state Bologna, Roma, Napoli, Milano e Torino."

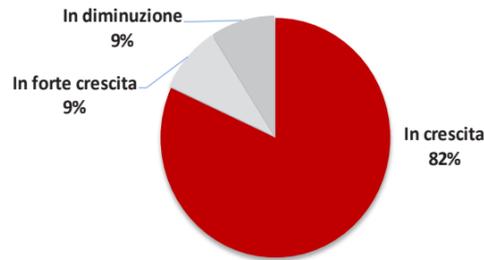
Giovanna Manzi, Best Western



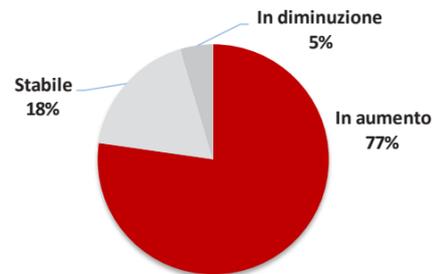
emergenti e in via di sviluppo. Si tratta di turisti con una spesa media più elevata rispetto alla media degli stranieri che si recano in Italia, ma soprattutto in crescita negli ultimi anni, in netta controtendenza rispetto a quanto registrato per gli altri viaggiatori. Per aziende e business traveller fa invece capolino la tipologia degli aparthotel, strutture alberghiere che, al posto della tradizionale camera d'albergo, offrono veri e propri appartamenti con cucina. Sono diversi infatti oggi i gruppi alberghieri – come Marriott International, Accor, Grupo UNA – che puntano sull'home renting, una scelta operata senza dubbio anche per combattere ad armi pari con il fenomeno Airbnb e altri colossi della sharing economy.

SURVEY – ASPETTATIVE NEL MEDIO TERMINE

Quali sono le prospettive di performance per la propria attività nel medio-lungo termine?



La propensione agli investimenti nel settore alberghiero/ricettivo italiano nel prossimo triennio sarà:



THE INTERNATIONAL WEBPLATFORM EMPOWERING INTERIOR DESIGN

BREAKING NEWS, PROJECTS AND PRODUCTS DAILY ON OUR NEWSLETTER



JOIN US!

www.designandcontract.com