

IL NUOVO SISTEMA HOSPITALITY

sfide e opportunità

Andrea Suma

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 "Rap-

porto 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

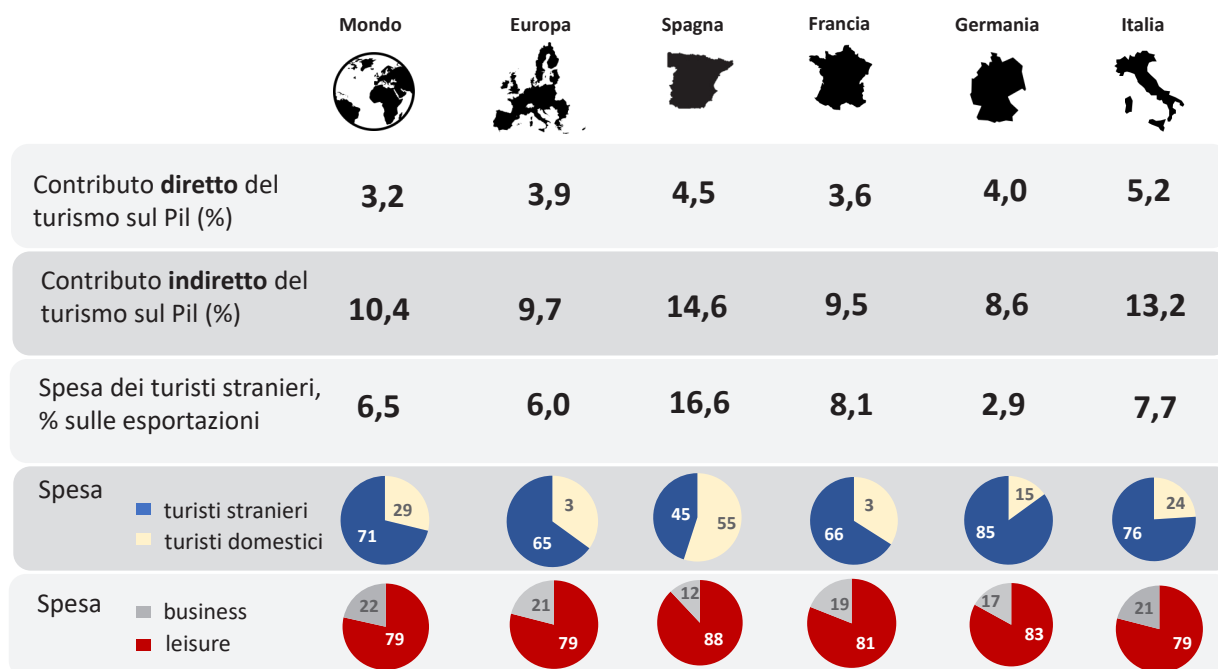
intervento di introduzione all'evento, il fatturato mondiale del turismo è stato per il 2018 di 1'230 miliardi, con un incremento dell'8% rispetto al 2017. Il 20% della popolazione mondiale, quindi almeno 2 miliardi di persone, ha fatto i turisti. Il 60% di questi ha pernottato in un albergo, mentre 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

HOSPITALITY FORUM

RAPPORTO 2019 SUL MERCATO IMMOBILIARE ALBERGHIERO

SCENARI IMMOBILIARI
ISTITUTO INDIPENDENTE DI STUDI E RICERCHE

Il turismo, principali indicatori 2018



fonte: WTTTC

MILANO, MERCOLEDÌ 26 GIUGNO 2019

2

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 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 to-

HOSPITALITY FORUM

RAPPORTO 2019 SUL MERCATO IMMOBILIARE ALBERGHIERO

SCENARI IMMOBILIARI

ISTITUTO INDIPENDENTE DI STUDI E RICERCHE

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

tale 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, considerando l'albergo come un asset altrettanto interessante.

Questo trend nazionale, ancora una volta, è 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 passate di mano oltre 200 mila camere: particolarmente attive le società di privati equity (cir-

ca 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 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

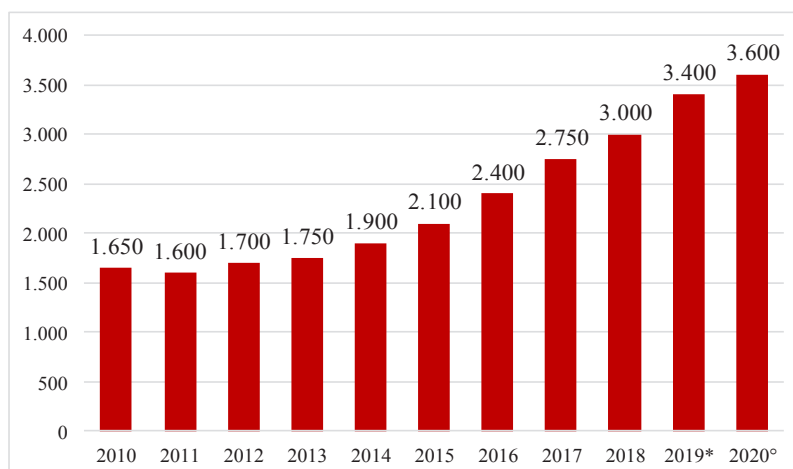
HOSPITALITY FORUM

RAPPORTO 2019 SUL MERCATO IMMOBILIARE ALBERGHIERO

SCENARI IMMOBILIARI
ISTITUTO INDIPENDENTE DI STUDI E RICERCHE

Andamento e previsioni del mercato immobiliare alberghiero in Italia

2010 – 2020
(milioni di euro)



(*) Stima
(*) Previsioni

Fonte: Scenari Immobiliari

MILANO, MERCOLEDÌ 26 GIUGNO 2019

21

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 investitori, affrontare il nodo della separazione tra proprietà immobiliare 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 operatori 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 grado 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 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 caratteristiche 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 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.

