



Tourism Investment presso la Fiera NF a Bergamo: “debutta” all’evento il nuovo Head of Tourism RE di CDP SGR, e PKF Hotelexperts afferma che “piccole catene alberghiere crescono” anche in Italia

Tourism Investment presso la Fiera NF a Bergamo: “debutta” all’evento il nuovo Head of Tourism RE di CDP SGR, e PKF Hotelexperts afferma che “piccole catene alberghiere crescono” anche in Italia. Alessandro Belli È stata presentata oggi, venerdì 30 settembre, all’interno di Tourism Investment -il multievento dedicato agli investimenti immobiliari nel turismo- la Ricerca “Italian Hotel Groups” realizzata in collaborazione con gli esperti di PKF Hotelexperts, che fotografa la situazione dei gruppi alberghieri in Italia: chi sono, come investono e come performano. Il Report è stato discusso dai responsabili di alcuni tra i maggiori player del settore: AccorHotels, Atahotels, AllegroItalia Hotels & Resorts, Best Western Hotels & Resorts, Choice Hotels Europe, HNH, Melià Hotels International, Piazza di Spagna View, Planetaria Hotels, Starhotels, TH Resorts, Town House. La principale novità che emerge dai dati è che la presenza delle “grandi catene alberghiere” sarebbe ben più radicata di quello che tradizionalmente si pensa: non più un marginale 4%, ma ben oltre il 15%. Un dato che stupisce. «Non bisogna fermarsi a guardare solo gli alberghi in proprietà» ha spiegato a Internews Giorgio Bianchi, partner di PKF Hotelexperts «ma anche quelli in gestione. Oltre ai grandi brand, inoltre, esistono molti operatori italiani meno conosciuti che tuttavia possiedono diverse strutture alberghiere sul territorio: la nostra Ricerca ci ha permesso di far emergere una pluralità di soggetti assai ben strutturati e di interesse per gli investitori». Si tratta senza dubbio di numeri che mostrano una tendenza al cambiamento. «Un 15% di alberghi in mano alle grandi catene alberghiere in Italia è poco plausibile» ha dichiarato a internews, e a freddo, Vittorio Scarpello, Manager Franchise Development Italy di Choice Hotels, il quale tuttavia conferma che «ci sono buoni segnali di una crescita delle grandi catene in Italia sia perché la crisi è stata un’opportunità di cambiamento per alcuni albergatori, sia perché, nonostante la tradizionale chiusura culturale degli albergatori italiani alle grandi catene, esiste un enorme potenziale di penetrazione». La dimensione media degli hotel in Italia risulta pari a 107 camere per albergo, ben oltre il dato di 30 camere in media che viene citato tradizionalmente. I dieci maggiori Gruppi in Italia sono: Best Western (oltre 12.600 camere), AccorHotels (9.770 camere), NH (8.100 camere), Starwood (5.500 camere), IHG (5.200 camere), Valtur (5.000 camere), Hilton (4.400 camere), Marriott (4.100 camere), Starhotels (3.700 camere), e Blu Hotels (3.400 camere). Avere una buona presenza di operatori strutturati nel turismo è infatti necessario per attrarre sempre maggiori investitori, per i quali la principale richiesta è appunto avere a che fare con gestori in grado di dare buone garanzie di solidità e stabilità. Strano, infatti, che «non ci siano grandi Fondi che investono esclusivamente in alberghi anche qui in Italia, così come avviene all’estero» ha osservato Paola G. Lunghini, Direttore di Internews e moderatrice del convegno “MERCATO IMMOBILIARE ALBERGHIERO, GLI INVESTIMENTI DEVONO SEMPRE PIÙ CONFRONTARSI CON UNA NUOVA VARIABILE: LE EMOZIONI”, svoltosi ieri a Tourism Investment. «Il settore turistico ha due grandi peculiarità» ha ricordato Giacomo Morri, Senior Professor SDA Bocconi School of Management. «Al contrario di uffici e logistica, dove le operazioni sono più semplici, negli alberghi esiste una maggiore complessità nel valutare la capacità di albergatori e gestori a intraprendere attività di successo. Inoltre, i flussi di cassa dell’attività alberghiera dipendono molto da un contesto ormai globale, perché la clientela finale non è locale, come nel caso dei centri commerciali, ma prevalentemente internazionale». Certamente occorre differenziare tra location di prestigio e location secondarie, ma in genere questo si traduce, dal punto di vista degli investitori, in rischi più elevati a cui non corrispondono rendimenti abbastanza allettanti. Anzi, spesso, i rendimenti sono troppo bassi a causa delle

aspettative di prezzo molto elevate da parte di chi offre hotel e alberghi sul mercato italiano. La situazione, tuttavia, non è affatto ingessata e, anzi, ci sono prospettive rosee per il settore per cui «si prevede una positiva crescita del 3-3,5% annuo nei prossimi 15 anni», ha sottolineato Giorgio Palmucci, alla guida di Confindustria Alberghi. Ecco dunque che anche dal punto di vista degli investitori qualcosa si muove: Alessandro Belli, da pochi giorni arrivato in CDP Investimenti SGR con la carica di Head of Tourism Real Estate, ha ricordato che la “Cassa” ha già da alcuni mesi istituito un Fondo da 100 milioni di euro con lo scopo di investire proprio nel mercato alberghiero. «Cerchiamo opportunità non solo su Milano, Roma, Firenze e Venezia, ma su tutto il territorio italiano. È vero che spesso i prezzi sono troppo alti, cosa che spinge poi l’investitore a richiedere canoni di locazione che non sono sostenibili da parte del gestore. Tuttavia, se c’è un progetto di lungo termine, oggi è possibile “venirsi incontro” e intraprendere operazioni “sensate”. Siamo convinti che avere un “asset class” turistica è molto utile per grandi investitori come potrebbero essere i Fondi Pensione». Oggi i rendimenti delle asset class immobiliari classiche (uffici, retail) sono in forte compressione su asset core/trophy, a causa della forte competizione degli investitori: c’è tanta liquidità disponibile (anche per mancanza di rendimenti alternativi, es titoli stato) e cronica carenza di prodotto. «Io sono convinto che prodotti alberghieri ben costruiti (asset di qualità ben localizzati, con fondamentali solidi in termini di fatturato/canone sostenibile/yield di mercato, contratti locazione “semplici” e long term con gestori solidi) e diversificati (geografia, tipologia asset, gestori) possano diventare di grande interesse per gli investitori istituzionali, nazionali e internazionali» ha precisato Alessandro Belli, che ha così continuato : «Oltretutto l’asset class ricettiva è “nuova” (poco presente nei portafogli degli istituzionali) e potenzialmente poco legata alle variabili macroeconomiche del Paese (diversificazione turisti italiani e stranieri)». Impegnata nel settore turistico anche COIMA SGR, che ha in essere due operazioni che riguardano la valorizzazione degli storici e celeberrimi Hotel Excelsior e Hotel Des Bains a Venezia Lido. «Vogliamo puntare sul brand, ma c’è bisogno di trovare capacità manageriale per far tornare a nuova vita queste due strutture un tempo d’eccellenza» ha affermato Matteo Bertolini, Responsabile del Fondo “Lido di Venezia” di COIMA SGR. «Guardiamo con grande interesse al turismo perché l’attesa di crescita del settore è molto forte. Il tema del “pricing” è importante perché spesso è troppo elevato e va poi a stressare le performance del gestore sottostante. Chi investe in uffici deve “sapere solo” di immobiliare, chi investe in hospitality deve anche saper valutare l’albergatore». Diversa la situazione di **Serenissima SGR**, che ha già in gestione un patrimonio aggregato complessivo di 200 milioni di euro in hotel per circa mille camere operative. «I nostri investimenti nel turismo ammontano a circa il 10% del totale gestito attraverso i nostri Fondi» ha spiegato Luca Giacomelli, Amministratore Delegato di Serenissima SGR. «Crediamo che nelle “prime location” il mercato alberghiero possa decollare : anche se più è prestigioso l’albergo, più è complesso avere un rendimento elevato. Si può quindi anche guardare a location secondarie, come ad esempio Bologna o Verona, sempre che gli immobili siano in grado di produrre flussi di cassa stabili». Meglio, quindi, avere a che fare con catene alberghiere in grado di fare massa critica! Secondo Gualtiero Tamburini, Presidente di IDeA FIMIT SGR «oggi anche il settore alberghiero acquista interesse perché, sebbene i rendimenti siano più bassi che in altri comparti, non dobbiamo dimenticare che il rendimento finanziario è praticamente azzerato e molti investitori immobiliari guardano oggi a prodotti nuovi e diversi». IDeA FIMIT, che è la maggiore società di gestione in Italia per numero di Fondi gestiti, con una piccolissima componente di investimenti in alberghi, non ha al momento ufficialmente annunciato nessuna nuova “apertura” in questa direzione. Ma qualcosa potrebbe essere “dietro l’angolo”... (*) Francesco Tedesco, collaboratore di www.internews.biz e di ECONOMIA IMMOBILIARE, è ingegnere ambientale esperto in energie rinnovabili e giornalista pubblicitista Nella foto, Alessandro Belli