

Olimpiadi 20126, cresce il giro d'affari nel mercato turistico a Milano

notizia pubblicata **26 giugno 2019** alle ore **12:50** nella categoria **Dati e statistiche**



Milano, dopo l'assegnazione delle prossime Olimpiadi invernali del 2026, si prepara a una nuova fase di crescita del turismo e soprattutto dell'interesse degli investitori esteri. "Un expo al quadrato", ha commentato Mario Breglia, presidente di Scenari Immobiliari, aprendo l'Hospitality Forum 2019 – Alberghi da vivere e da vedere, organizzato a Milano da Scenari Immobiliari in collaborazione con Castello Sgr.

"Il mercato immobiliare milanese – ha proseguito Breglia – sta vivendo una fase di grande sviluppo e le prospettive, anche in virtù della decisione di assegnare al capoluogo meneghino le Olimpiadi invernali del 2026, sono positive. Ad oggi prevediamo investimenti per oltre 13 miliardi di euro nei prossimi dieci anni e questo numero è destinato a crescere in vista del momento olimpico. Grazie alle prossime Olimpiadi si possono stimare ulteriori 400 milioni di investimenti immobiliari diretti legati ai giochi, dal villaggio olimpico alle altre strutture da realizzare, oltre a un incremento dell'offerta alberghiera, sulla base di quanto accaduto nelle altre località dove ci sono stati giochi, di circa il 10%, per un totale di 3mila stanze e un investimento non inferiore al miliardo di euro. L'elemento più interessante – ha concluso – è il consolidamento della presenza degli investitori esteri. Se, infatti, l'effetto Expo ha portato a triplicare le presenze estere negli ultimi tre anni, si può ipotizzare un aumento di almeno il 50% nei prossimi 5 anni, per un totale di almeno 10 miliardi di euro, che si concentreranno nei settori degli uffici e commerciale. L'impatto ovviamente non sarà solo su Milano ma sull'intero Paese, se sarà in grado di vincere questa

sfida di efficienza e qualità”.

Nel 2018 il mercato immobiliare alberghiero italiano ha registrato un andamento positivo: il fatturato è arrivato a quota 3 miliardi di euro di immobili scambiati con contratti di vendita o locazione, con un incremento di 9 punti percentuali, rispetto all'anno precedente. È aumentata la propensione per l'investimento nel settore da parte di investitori istituzionali, sempre più propensi a includere nei propri portafogli l'asset class alberghiero oppure ad aumentarne la quota. Le previsioni per il 2019 sono di un ulteriore aumento del fatturato che raggiungerà un ammontare complessivo di 3,4 miliardi di euro. È quanto emerge dal 'Rapporto 2019 sul mercato immobiliare alberghiero' presentato durante l'Hospitality Forum 2019.

A livello europeo il 2018 è stato un anno positivo per il mercato immobiliare alberghiero, con il capitale movimentato nelle transazioni che ha superato i 24 miliardi di euro (+3,9% sul 2017), considerando anche le importanti acquisizioni di gruppi e società con sottostante asset che hanno contraddistinto il comparto. Nel complesso, nelle diverse transazioni e fusioni avvenute nel 2018, sono passate di mano oltre 200mila camere, diffuse nelle principali località del continente. Sono state 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%). Soltanto una carenza di prodotto idoneo alle richieste degli investitori ha mantenuto i volumi transati su livelli prudenti, rispetto all'appetibilità del mercato anche se i primi mesi del 2019 hanno fatto registrare una rinnovata fiducia nel comparto e un'attrattività degli investimenti.

In Italia, come in Europa, le tendenze più significative della ricettività si evidenziano ripercorrendo i più rappresentativi interventi, in termini di aperture, cambi di gestione e ristrutturazioni, avvenute negli ultimi dodici mesi. Prendendo in considerazione 28 iniziative, completate tra luglio 2018 e giugno 2019 per un totale di 2.186 camere, con una quota maggioritaria di nuove aperture (20 in totale), emerge un mercato ancora dinamico, sebbene con livelli leggermente inferiori rispetto all'anno precedente (solo nel primo semestre del 2018 le aperture erano 24), orientato principalmente su prodotti innovativi e verso il segmento lusso.

“Il mercato italiano della ricettività – ha commentato Clara Garibello, direttore di Ricerca di Scenari Immobiliari – è fucina di proposte legate a specificità del territorio, paesaggio, arte, storicità del luogo, gastronomia, design. È la conferma che il percorso di narrazione tra albergo, luogo e immobile è di particolare unicità, in sintonia con le richieste della domanda. Il settore alberghiero sta recependo il modello di ricettività alternativa privata che tanto si è sviluppato negli ultimi anni, in uno scenario che vede i brand internazionali contribuire in modo importante, attraverso nuove aperture all'insegna dell'innovazione e dell'identificazione delle specificità dei luoghi idonei per il lancio di nuove proposte. L'inserimento di offerte ricettive di alta qualità, come appartamenti di lusso, oppure all'interno di castelli o dimore storiche, oltre a dare un connotato di riservatezza enfatizza l'esclusività del soggiorno, collegando gli spazi alberghieri ad altri elementi che valorizzano l'esperienza, come il vigneto inserito nella tenuta, l'orto coltivato ad hoc per il ristorante stellato, oppure accessibilità a natura e sport da scoprire e praticare nei dintorni”.

“La crescita del mercato alberghiero italiano – ha detto Giampiero Schiavo, AD di Castello Sgr – è davvero una notizia molto positiva non solo per gli operatori ma anche per l'indotto che il settore turistico crea in termini occupazionali e per l'economia nazionale. E' quindi una grande soddisfazione, da primario operatore quale Castello SGR è, poter contribuire ad incrementare e migliorare la naturale attrattività che il nostro Paese ha presso il pubblico di investitori italiani e internazionali. I dati presentati oggi sono di stimolo ulteriore per tutti noi operatori al fine aumentare il dinamismo di questo segmento di mercato con

l'obiettivo di migliorare ulteriormente l'offerta turistica italiana”.

In Europa il costante dinamismo dell'offerta, analizzato attraverso il rilievo dei numerosi interventi di nuove aperture, cambi di gestione o ristrutturazioni, costituisce un indicatore di come la ricettività alberghiera si prepara ad incontrare le esigenze della domanda. Considerando 45 interventi completati negli ultimi dodici mesi per un totale di oltre 10mila stanze, si individuano distinte azioni tese a facilitare questo incontro. Creazione di nuovi brand, aggiunta di servizi innovativi, costruzione di spazi dedicati alla socialità, differenziazione del prodotto secondo il target, scelta dell'immobile e posizionamento territoriale.

“Assistiamo da un lato – ha aggiunto Clara Garibello – a un'offerta ricettiva alberghiera europea caratterizzata da strutture dotate di una propria identità, uniche, preferibilmente connesse con le specificità del territorio ed evocative della storia o dell'identità del posto. Parliamo di una vera e propria costruzione dello storytelling tra albergo, immobile e luogo. Dall'altro, registriamo una crescente domanda di appartamenti serviti che ha caratterizzato il mercato nel 2018, tanto nel segmento lusso quanto in quello business e leisure. Le già numerose proposte di residenze completate da servizi di ricettività alberghiera continuano ad aumentare e trovano interesse crescente anche da parte degli investitori. L'offerta deve, inoltre, indirizzare le proposte verso target specifici di riferimento, come millennials, business man e amanti del lusso accessibile. Alle già note preferenze legate al paese di provenienza, come la vasca per i giapponesi, la stanza grande per gli americani, la cucina per i cinesi, si aggiunge la sensibilità verso target legati ad abitudini religiose, come ad esempio i turisti musulmani, con specificità nei servizi richiesti, come il cibo, e negli spazi, come la separazione di alcune funzioni tra uomini e donne. Le tendenze evidenziano che la ricettività tailor made tenderà a diventare una ricettività target made”.