

FEDERICO SALVETTI

Alberghi: un business che vale

Federico Salvetti, Ceo di Ebuyhouse Real Estate di Lugano, racconta perché oggi il mercato dell'intermediazione alberghiera in Italia è in grande crescita e come, grazie a un partner adeguato, sia possibile cogliere le opportunità uniche che si presentano a chi vuol cedere un hotel

➡ Dario Ducasse

«I prossimi anni, per il mercato turistico italiano, saranno importantissimi, fondamentali, ne siamo convinti. Per questo il nostro lavoro si propone anche in un'ottica consulenziale: vogliamo essere un partner affidabile per chi desidera ricavare il massimo dalla vendita del proprio business turistico, ma magari non ha tutte le competenze necessarie o non è sufficientemente uptodate per poterlo fare. È un momento storico in cui ci sono tante opportunità di affari nell'hotellerie, sia per chi vende che per chi compra, e noi vogliamo aiutare a cogliere queste opportunità. Grazie a Ebuyhouse Real Estate di Lugano è possibile oggi entrare in contatto con player affidabili, di calibro internazionale. È davvero un peccato vedere, talvolta, in Italia, belle opportunità andare sprecate, quando potrebbero, invece, sfociare in business remunerativi. La formula magica sarà sempre di più mettere insieme le bellezze italiane e le competenze tecnico-imprenditoriali globali. Oggi è un momento perfetto per crescere in Italia e chi fa impresa nel turismo, con un occhio al futuro, lo sa bene». Ha idee chiare e obiettivi concreti **Federico Salvetti**, Ceo di Ebuyhouse Real Estate, gruppo immobiliare di promotori e general contractor, operanti con successo da molti anni nel mercato immobiliare, residenziale e commerciale della Svizzera italiana, che, recentemente, ha deciso di operare anche nell'ambito della mediazione alberghiera. Da un anno, infatti, la società – con sede a Lugano che da dieci anni, propone con successo e in esclusiva un ampio portafoglio di immobili in grado di soddisfare le esigenze di chi è alla ricerca di un buon investimento – è entrata anche nel mercato italiano dell'ospitalità. Il motivo? Lo abbiamo chiesto a Federico Salvetti, durante un'illuminante chiacchierata sul presente e sul futuro dell'industria turistica e alberghiera italiana. «Negli ultimi anni», spiega il Ceo di Ebuyhouse Real Estate, «ci si sono presentate diverse opportunità di mediazione in ambito alberghiero, nella Svizzera italiana, ma soprattutto nel Nord Italia. Così, circa un anno fa, abbiamo cominciato a occuparci compiutamente di hotellerie, forti del nostro know how.

L'idea è nata dalla richiesta di alcuni nostri clienti che hanno proprietà anche in questo settore. Ci siamo resi conto che, nel turismo e nell'industria dell'ospitalità, c'è molto fermento e continuerà ad essercene anche nel prossimo futuro. Attualmente stiamo trattando strutture ricettive su Milano e su una importante area di sviluppo in Versilia. La business unit di Ebuyhouse Real Estate ha come mission proprio quella di seguire in esclusiva, in modo puntuale e completo, il mercato alberghiero, offrendo un servizio personalizzato di consulenza che prima non esisteva. Vantiamo, infatti, un network di partner qualificati che operano come broker in questo mercato da anni e con successo. Ci interessa trattare poche ma interessanti operazioni immobiliari: ai nostri clienti vogliamo dare il valore aggiunto di un rapporto professionale davvero qualificato e con riscontro immediato. Come Ceo mi occupo appositamente di creare e potenziare una rete di lavoro ad hoc, capace di gestire al meglio ogni fase della transazione. Il nostro team è in grado di elaborare un'analisi puntuale della struttura da vendere e di proporla poi a un'ampia platea di possibili compratori».

Una consulenza puntuale e concreta

«Come società svizzera», prosegue Salvetti, «abbiamo un grande plus da offrire a chi è interessato alla compravendita di struttura alberghiere, ed è la nostra collocazione geografica. Rispetto a una tradizionale agenzia di mediazione italiana, abituata a operare in un contesto geografico più ristretto, Ebuyhouse Real Estate di Lugano dispone in Svizzera di un ricco bacino di potenziali investitori, seri e discreti e con capitali internazionali. Avere a disposizione un'utenza più internazionale per chi vuole vendere un hotel in Italia è sicuramente un grande vantaggio, oggi: se, per esempio, voglio vendere il mio hotel a Milano, non sono obbligato a far trapelare la notizia sul territorio – cosa che potrebbe anche non convenirmi – ma posso rivolgermi a professionisti super partes in grado di mettermi in contatto con realtà imprenditoriali e di investi-



mento che io, altrimenti, avrei difficoltà a raggiungere. Rispetto poi alle realtà di mediazione immobiliare già da anni presenti sul mercato, spesso molto strutturate ma dall'impostazione prevalentemente analitica, noi privilegiamo un rapporto diretto con quelle realtà a gestione familiare che, per varie ragioni, non hanno più intenzione di portare avanti la conduzione del loro albergo, struttura, a volte, anche grande e importante e situata in una location di prestigio. Chi non ha più voglia o capacità di investire per stare al passo coi tempi di un mercato, in costante evoluzione e sempre più digitale e marketing oriented, in noi, trova un consulente su misura in grado risolvere il problema della "successione". Diamo, insomma, l'opportunità di "traghettare" un business alberghiero in modo sereno e tranquillo verso l'acquisizione da parte di grandi gruppi o di investitori sicuri, sfruttando, appunto, il nostro consolidato know how immobiliare e la nostra ampia rete di conoscenze. Con un modus operandi che è "human to human": l'albergatore lo prendiamo per mano, lo aiutiamo a capire, in primo luogo, se e come voglia davvero vendere e poi, nel caso, lo mettiamo in contatto con investitori realmente interessati e difficilmente da lui raggiungibili. Penso, per esempio, a una famiglia proprietaria di un piccolo hotel italiano e a un grande investitore, possibile buyer in-

teressato, che opera su scala globale. Un servizio tailor made come il nostro è in grado di capire le esigenze di chi sta vendendo e, allo stesso tempo, di riportare il valore della struttura agli standard di un mercato internazionale e complesso, fatto di dinamiche e parametri complicati. Non è facile per il piccolo imprenditore rapportarsi con pari "forza" al grande e preparatissimo management di una grande realtà multinazionale e quindi uscire da una trattativa con piena soddisfazione, magari dopo avere ceduto l'attività della vita o che apparteneva alla famiglia da generazioni...».

Tra marketing e competenze digitali

La forza di Ebuyhouse Real Estate di Lugano sta dunque proprio nel proporre un servizio di consulenza e di accompagnamento alla vendita perfetto per chi magari non sa bene con chi relazionarsi o non ha le competenze aggiornate per farlo. «La società Ebuyhouse Real Estate di Lugano», dice Salvetti, «è attiva da quasi dieci anni: è da questa solida base che nasce la nostra business unit specializzata in ambito alberghiero, che, oltre a un team di professionisti dedicato, ha anche un sito web di ultima generazione (www.ebuyhotel.ch). Fin dall'inizio della nostra avventura imprenditoriale abbiamo sempre creduto molto nel valore del

Milano e il Duomo: attualmente Ebuyhouse sta trattando strutture ricettive proprio nel capoluogo lombardo.

Milan and the Duomo: currently Ebuyhouse is working on properties situated in the big italian city



La sede di Ebuyhouse è in un prestigioso palazzo di Lugano, in Svizzera. Proprio la collocazione geografica della società è infatti un grande plus che Ebuyhouse offre ai suoi clienti, spiega Federico Salvetti.

Ebuyhouses's headquarter in Lugano, Switzerland. Our geographical location is a great benefit that we could offer to our clients, says Federico Salvetti

marketing e della comunicazione. Non a caso, un altro nostro plus è proprio l'alta competenza tecnologica e digitale, superiore rispetto a quella offerta da una tradizionale agenzia di intermediazione immobiliare: il Gruppo comprende, infatti, la divisione Swiss Digital Strategies che si occupa di consulenza in strategie digitali e ottimizzazione dei siti per i motori di ricerca. È un plus che serve a raggiungere e intercettare la richiesta sul web di queste strutture che possono essere trovate più facilmente perché viene amplificata la loro visibilità presso il mercato di riferimento. In un web sovraffollato come quello attuale, è fondamentale poter interagire in maniera diretta con un target mirato, realmente interessato al business proposto. La nostra competenza in marketing e comunicazione digitale ha fatto crescere, in pochissimo tempo, la nostra web reputation nell'ambito dell'intermediazione alberghiera: pur essendo una realtà giovane, Ebuyhouse Real Estate di Lugano è considerata oggi un player di primo piano: risuliamo al primo posto del ranking dei motori di ricerca più importanti. Insomma, posso dire, con piacere, che la strategia è ben definita, le competenze ci sono, e ora stiamo iniziando a farci conoscere sempre più compiutamente al mercato italiano. Un mercato che dal punto di vista della mediazione immobiliare alberghiera ha grandi margini di crescita, e non solo perché, dicono i dati, oggi sono ben 33mila gli hotel presenti sul suolo nazionale. Ma anche perché viviamo un momento storico di cambiamento di prospettiva generale a livello internazionale. L'industria turistica e i numeri dell'accoglienza italiani crescono senza sosta e quindi l'occasione è propi-

zia per chi è interessato a questo tipo di business. I trend ci dicono che l'Italia, da tempo, è nel mirino dei big investors internazionali. Ovviamente i primi "obiettivi" di acquisizione di queste realtà globali sono legati alle mete turistiche con più appeal internazionale, come le grandi città d'arte, Roma, Firenze, Venezia – ma anche e sempre di più a città come Milano –. Il capoluogo lombardo, a partire dal successo di Expo 2015 in poi, si sta costruendo di fatto una sempre più importante reputazione turistica a livello mondiale. Ma siamo convinti che, piano piano, questo percorso si estenderà a tutto il mondo alberghiero della Penisola, fatto che renderà il business alberghiero in Italia ancora più appetibile su scala mondiale».

Cresce il turismo, cresce l'Italia

«Che l'interesse degli investitori esteri per le destinazioni "minori" sia in crescita, lo dimostrano anche gli indicatori numerici delle presenze turistiche in luoghi come per esempio il Lago di Como o in città come Verona», continua il Ceo, «e noi siamo pronti per intercettare le esigenze di compravendita anche in queste mete. Ci sono occasioni interessanti, per esempio, a Perugia, Lecce, Siracusa – ma l'elenco è pressoché infinito – che fino a ieri non venivano prese in considerazione perché non in grado di proporsi al mercato internazionale. Le dirò di più: anche se da anni lavoro a Lugano, sono italiano, di Como, e promuovere le nostre bellezze è da sempre un obiettivo a me molto caro. Credo nell'Italia. L'Italia può crescere molto e se l'imprenditoria nazionale non è in grado di sfruttare le occasioni di crescita del settore, allora che lo facciamo altre grandi realtà internazionali, in grado di valorizzare il nostro patrimonio turistico. Dopotutto, quando una struttura alberghiera viene rilanciata e funziona meglio, anche il territorio e tutto l'indotto ne beneficiano. E allora lo ripeto: i prossimi anni per il mercato turistico italiano saranno importantissimi e per questo è fondamentale sfruttare l'occasione e trovare la controparte giusta per ricavare il massimo dalla vendita del proprio business turistico. Oggi e domani saranno sempre di più le opportunità di business nell'hotellerie e noi vogliamo aiutare chi si occupa di accoglienza a cogliere queste opportunità».

THE OTHER COVER STORY

Hotels: a worthy business

Federico Salvetti, CEO of Ebuyhouse Real Estate of Lugano, tells us why today the hotel brokerage market in Italy is growing rapidly and how, thanks to an adequate partner, it is possible to seize the unique opportunities that arise for those who want to sell a hotel

Dario Ducasse

«**T**he next few years, for the Italian tourist market, will be very important, fundamental, we are confident about it. This is why our work can also be considered a consulting one: we want to be a reliable partner for those who want to get the most out of the sale of their tourism business, when maybe they do not have all the necessary competences or are not sufficiently up-to-date to be able to do it. It's a historical moment in which there are many business opportunities in the hotel industry, both for sellers and for buyers, and we want to help them seize these opportunities. Thanks to Ebuyhouse Real Estate of Lugano it is now possible to get in touch with reliable players of international calibre. It is really a shame to see, sometimes, in Italy, beautiful opportunities to go wasted, when they could, instead, lead to profitable businesses. The magic formula will increasingly be combining Italian beauty with global technical-entrepreneurial competences. Today is a perfect time to grow in Italy, and those who do business in tourism with an eye to the future, know it well». Clear ideas and goals by **Federico Salvetti**, CEO of Ebuyhouse Real Estate, a real estate group of promoters and general contractors that has been successfully working for many years in the real estate, residential, and commercial market of Italian-speaking Switzerland, that, recently, has decided to operate also in the field of hotel brokerage. In fact, for a year now, the Lugano-based company – which for ten years has been successfully and exclusively offering a wide portfolio of properties able to meet the needs of those looking for a good investment – has also entered the Italian market of hospitality. The reason? We asked Federico Salvetti, during an enlightening chat about the present and the future of the Italian tourism and hospitality industry. «In recent years», explains the CEO of Ebuyhouse Real Estate, «several opportunities for brokerage in the hotel industry have been arising in Italian-speaking Switzerland, but especially in



Northern Italy. So, about a year ago, we have begun to fully work in the hospitality industry, counting on our know-how. The idea arose from the request of some of our clients who also have properties in this sector. We realized that the tourism and hospitality industry is in ferment and will continue to be so in the near future. Currently we are working on different properties in Milano and on an important development area in Versilia (Tuscany). The mission of the business unit of Ebuyhouse Real Estate is to exclusively follow the hotel market precisely and comprehensively, offering a personalized consultancy service that did not exist before. In fact, we

Federico Salvetti, CEO di Ebuyhouse Real Estate, è nato a Como ma vive e lavora da anni a Lugano. Federico Salvetti, CEO of Ebuyhouse Real Estate, is born in Como but lives and works in Lugano

have a network of qualified partners who have been successfully operating as brokers in this market for years. We are interested in dealing with few but interesting real estate operations: we want to give our clients the added value of a truly qualified professional relationship with immediate feedback. As CEO, I specifically take care of creating and strengthening an ad-hoc work network that is capable of effectively managing every step of the transaction. Our team is able to elaborate a precise analysis of the facility to be sold and then offer it to a wide audience of possible buyers».

A precise and concrete consultancy

«As a Swiss company», continues Salvetti, «we have a great added benefit to offer to those interested in buying and selling hotel facilities, and it is our geographical location. Compared to a traditional Italian brokerage agency, accustomed to operating in a smaller geographical context, Ebuyhouse Real Estate of Lugano has in Switzerland a rich pool of potential investors, serious and discreet, and with international assets. Having more international investors available is certainly a big advantage today for those who want to sell a hotel in Italy: if, for example, I wanted to sell my hotel in Milano, I would not have to spread the news on the territory – which may not be advantageous to me – instead I could turn to impartial professionals able to get me in touch with entrepreneurial and investment companies that I would otherwise have difficulty reaching. Also, unlike real estate brokerage companies already on the market for many years, often very structured but with a predominantly analytical approach, we prefer a direct relationship with those family-run companies that, for various reasons, no longer intend to carry out the management of their hotel, which is sometimes even a big and important facility located in a prestigious location. Who no longer wants or has the ability to invest to keep up with the times of a market, constantly evolving and increasingly digital and marketing oriented, finds in us a tailored consultant able to solve the problem of 'succession'. In short, we give the opportunity to 'ferry' a hotel business

serenely and peacefully towards the acquisition by large groups or safe investors, drawing from our consolidated real estate know-how and our wide network of contacts. With a modus operandi that is 'human to human': we take the hoteliers by hand, we help them to understand, in the first place, if and how they really want to sell and then, in case, we put them in touch with really interested investors which would be hard to reach for them. I am thinking, for example, of a family that owns a small Italian hotel and a large investor, a possible interested buyer, who operates on a global scale. A tailored service like ours is able to understand the needs of those who are selling and, at the same time, to relate the value of the facility to the standards of an international and complex market, made of complicated dynamics and parameters. It is not easy for a small entrepreneur to confront with equal 'strength' the large and well-prepared management of a large multinational company and therefore concluding a negotiation with full satisfaction, perhaps after having given up the business of a lifetime or one that belonged to the family for generations».

Among marketing and digital competences

The strength of Ebuyhouse Real Estate of Lugano is therefore proposing a service of consultancy and accompaniment to the sale that is perfect for those who perhaps do not know well who to contact or negotiate with or do not have the updated competences to do so. «The company Ebuyhouse Real Estate of Lugano», says Salvetti, «has been active for almost ten years: it is from this solid base that our business unit specializing in hospitality is born, which, in addition to a dedicated team of professionals, also has a latest generation website (www.ebuyhotel.ch). Since the beginning of our entrepreneurial adventure we have always believed in the value of marketing and communication. Not by chance, another of our added benefits is precisely the high technological and digital competence, superior to that offered by a traditional real estate brokerage agency: the Group includes, in fact, the Swiss Digital Strategies division, which deals with digital strategies consultancy



Un hotel in Italia: nel turismo e nell'industria dell'ospitalità c'è e ci sarà molto fermento, racconta Federico Salvetti.

An Italian hotel: the tourism and hospitality industry is in ferment and will continue to be so in the near future, tells Federico Salvetti

and optimization of websites for search engines. It is an added value that serves to reach and intercept the demand on the web of these facilities that can be found more easily because their visibility is amplified on their target market. In an overcrowded web like the current one, it is essential to be able to interact directly with a targeted market, really interested in the proposed business. Our expertise in marketing and digital communication has increased, in a very short time, our web reputation in the field of hotel brokerage: despite being a young agency, Ebuyhouse Real Estate of Lugano is considered today a leading player: we are at the first place in the ranking of the most important search engines. In short, I can say, with pleasure, that the strategy is well defined, the competences are there, and now we are starting to make ourselves more and more known to the Italian market. A market that has great room for growth for the real estate brokerage, and not just because, the data says, today there are 33 thousand hotels on national soil, but also because we are living in a historical moment of general perspective change on an international level. The tourism industry and the numbers of Italian hospitality grow non-stop and it is thus a propitious time for those interested in this type of business. The trends tell us that Italy has been in the crosshairs of big international investors for some time now. Obviously the first 'objectives' of acquisition of these global companies are linked to the tourist destinations with more international appeal, such as the major art cities, Rome, Florence, Venice – but also more and more to cities like Milan. The Lombard capital, starting from the success of Expo 2015, is in fact building an increasingly important tourism reputation worldwide. But we are con-

vinced that, slowly but surely, this trend will extend to the entire hotel world of the peninsula, which will make the hotel business in Italy even more attractive on a world scale».

Tourism grows, Italy grows

«The fact that the interest of foreign investors for 'minor' destinations is growing is also proven by the numerical indicators of tourist presences in places like Lake Como or in cities like Verona», continues the CEO, «and we are ready to intercept the commercial demands even in these destinations. There are interesting occasions, for example in Perugia, Lecce, Syracuse – but the list is almost infinite – that until now were not even taken into consideration because they were not able to offer themselves to the international market. I'll tell you what: even if I've been working in Lugano for many years, I'm Italian, from Como, and promoting our beauty has always been a goal dear to me. I believe in Italy. Italy can grow a lot, and if national entrepreneurship is not able to take advantage of the opportunities for growth of the sector, then other large international companies able to valorise our tourism heritage should do it. After all, when a hotel facility is relaunched and works better, the territory and all the satellite activities also benefit from it. So I'll repeat it: the next years will be very important for the Italian tourism market, and for this reason it is essential to take advantage of the opportunity and find the right counterpart to get the most out of the sale of these tourism businesses. There will be more and more business opportunities in the hospitality industry now and in the near future, and we want to help those involved in accommodation to seize these opportunities».