

HOTEL & FINANZA

Notizie sui valori, espansioni, management alberghiero



OSPITALITÀ
Catene alberghiere.
Chi sono i proprietari?



SCENARI
Quando certi stipendi
crollano



IHM
Occupazione camere
in crescita

a cura di Trademark Italia



Editoriale

di Aureliano Bonini*

Quando certi stipendi crollano

Sono davvero sorpreso dalla notizia secondo cui le compagnie, da cui otto albergatori su dieci dipendono, le OTA, stanno riducendo i costi congelando i premi 2018 degli executive director. Fa eccezione l'amministratore delegato di Booking.com Gillian Tans, il cui pacchetto retributivo è salito del 6% a 14,47 milioni di dollari anche nel 2018. Il CEO di Expedia Holdings, Mark Okerstrom ha visto infatti i suoi guadagni 2018 allinearsi a quelli del 2017, nonostante il +13% fatto registrare dal colosso americano lo scorso anno. La stessa cosa più o meno è toccata ai massimi dirigenti delle altre OTA di riferimento che, ormai, sono le padrone del nostro mercato alberghiero. Sarà che quasi tutti avevano già battuto i record di incentivi e premialità nel 2017 così che gli azionisti devono avere pensato che "così poteva bastare".

Dall'altro lato però i manager "benefattori", ai quali i viaggiatori di tutto il mondo si rivolgono con estrema fiducia, devono avere pensato: *ma che vita è quella del manager al quale non si riconoscono le stock option anche nel 2018?* In effetti, senza aumenti, premi e incentivi proporzionali alla crescita dei fatturati, un top manager potrebbe anche ipotizzare, tra le tante cose, che l'azienda non lo consideri essenziale e non teme che se ne vada.

Forse è solo una tempesta in un bicchier d'acqua perché gli azionisti certamente riconoscono la bontà dei risultati ma amano condividere i profitti che il loro investimento ha prodotto. Veloce botta di conti: il compenso ufficiale di Fogel, CEO di Booking Holdings e Booking.com è di 20,45 milioni di dollari, 402 volte la retribuzione media dei dipendenti dell'azienda, una *pay ratio* però anche inferiore a quello di altri amministratori delegati. Dovrebbero bastare per una vita onorevole, per l'università dei figli, per la manutenzione della piscina, le spese sanitarie, veterinarie, la previdenza, il divorzio e due settimane di vacanza agli Hamptons. Anche i 13,8 milioni di dollari di Okerstrom, che secondo lui saranno pochini, valgono 194 volte lo stipendio medio dei dipendenti Expedia. Terzo ma non ultimo è Kaufer di Tripadvisor. Guadagna solo 1,97 milioni pari a circa 19 volte la retribuzione media dei suoi collaboratori. Sembra es-



sere il più "onesto" dei tre ma, evidentemente, la sua produzione è inferiore.

Ma, discorsi sulle tasse americane a parte, come mai i manager delle colossali online travel agency hanno visto diminuire i loro bonus nel 2018? Qualcuno parla di problemi operativi. Le società hanno dichiarato che va tutto bene, però, con occasionali problemi, questioni fiscali e ritardi nell'integrazione. Un esempio tra i tanti, quello del marchio Rentalcars che non si è perfettamente integrato all'interno di Booking.com. Ai margini delle contrazioni premiali, ci sono competitors aggressivi come Kayak e Lagoda, o pacifici come OpenTable e la capofila Priceline. Problemi di oggi che, nel 2017, non erano stati rilevati? Torna in evidenza il licenziamento di Darren Huston, estromesso per uno scandalo nell'aprile 2016.

Molto casino per nulla, sembra dire il Compensation Committee che ha stabilito che i bonus in denaro sono legati alle prestazioni, una formula internazionale che incentiva l'attività per la quale il CEO è responsabile. Ma, dicono in sintonia gli Executive Committee, "se i responsabili aziendali sono stati già lautamente incentivati l'anno precedente, allora siamo spiacenti ma...". Sembra davvero tutto esagerato rispetto persino alle vertenze dei top manager di casa nostra, premiati talvolta oltre i propri meriti!

Valutare, acquistare e vendere un hotel

Master Meeting offre ai suoi lettori un nuovo servizio di consulenza e assistenza rivolto a chi desidera valutare, acquistare o vendere il suo albergo. Contattate la redazione di Master Meeting (tel. 02862327) e sarete richiamati il più rapidamente possibile dai nostri consulenti: 1° contatto gratuito.

*Aureliano Bonini è esperto di organizzazione alberghiera e hotel management, ha insegnato alle facoltà di Economia dell'Università di Perugia, di Rimini e alla Luiss di Roma. Dal 2007 è Lecturer di European Food&Beverage alla Hotel School della Cornell University di Ithaca, N.Y. (USA). Trademark Italia opera nel settore dal 1982 con un portafoglio attuale di 250 alberghi.

HOTEL CHAINS

Le catene alberghiere: chi sono i proprietari?

Il settore delle catene alberghiere internazionali è piuttosto complesso, soprattutto per chi non è abituato a frequentarlo con assiduità. A presidiarlo non sono più i fondatori ma – e qui sta l'anomalia – nei casi analizzati, quelli delle maggiori catene, vere e proprie “sentinelle” finanziarie: The Vanguard Group, FMR, Fidelity Nazional Fund, Blackrock, JP Morgan Chase, Price Associates (T. Rowe), Wellington Management Company e decine di altri fondi di investimento, tutti speculativi (hedge funds) che si presentano però con un claim finanziario rassicurante: “mutual funds”.

Come Hotel &Finanza abbiamo loro dedicato un focus specifico su come guidano i maggiori brand alberghieri del mondo, spesso, con piccole quote azionarie sufficienti ad occupare e controllare i consigli di amministrazione delle maggiori catene internazionali.

Siamo di fronte, come vedremo, ad una presenza di fondi speculativi che non ci aspettavamo, tanto grandi da far paura. In positivo, questo significa che gli investimenti alberghieri rendono ancora, che sono rifugi sicuri per la finanza, e che – questa è una ipotesi di lavoro – gli alberghi sono dei potenti fari che possono funzionare anche come punti di osservazione per i servizi di intelligence. Chissà se qualcuno ci ha mai pensato!

Scopriamo gli azionisti

Noi, pur del mestiere da anni, abbiamo sempre pensato che la catena Hilton fosse controllata dal signor Hilton. Che la famiglia Marriott fosse la principale azionista dell'omonima catena, e che dietro alla britannica Intercontinental Hotel Group, ci fosse un grande *brewer*, proprietario di migliaia di pub inglesi. Perché, nella memoria di noi europei (di una certa età), questi

erano i segni di quella gigantesca catena alberghiera britannica decollata dagli Esso Standard Hotels e Crest Hotels.

Scoprendo, per caso, ciò che neppure all'Università avevamo mai rilevato, questa rubrica si trova pionieristicamente ad aggiornare lo scenario economico-finanziario dell'industria dell'ospitalità e a evidenziare tre cose prima di tutto:

- la prima è che le catene sono realtà finanziarie il cui obiettivo è premiare gli investitori e garantire dividendi, ragione per cui i fondatori sono figure di marketing da usare come testimonial o ambassador, ma senza grande peso sulla conduzione patrimoniale e finanziaria. Così appare;
- la seconda è che, essendo realtà finanziarie internazionali, hanno una “vision” dell'ospitalità diversa dalla nostra, sempre concentrata sulla parte soft dell'accoglienza, sugli standard di qualità come patrimonio distintivo della compagnia, sulla ristorazione, sull'housekeeping, sui costi e sui ricavi. Per i padroni delle catene dev'esserci ben altro e, *first of all*, rastrellare investitori. Noi ovviamente continuiamo a sperare che gli storici fondatori e i loro eredi possiedano quote importanti di questi potentissimi fondi d'investimento e che, grazie a ciò, possano ancora dire la loro in fatto di qualità e servizi. Per ora l'analisi è giornalistica e queste quote dei fondatori non riusciamo a trovarle;
- la terza, per noi più interessante, è che chiunque potrebbe scalare questi giganti, acquistando quote dei grandi fondi d'investimento. Certo, la cosa può risultare abbastanza impegnativa dal momento che il patrimonio di questi fondi si misura in migliaia di miliardi (triloni) di dollari americani.

In sostanza, alla testa delle più grandi e importanti compagnie alberghiere mondiali ritroviamo sempre tre gruppi finanziari, quelli considerati dominanti: FMR, Vanguard e Blackrock seguiti da decine di fondi d'investimento prestigiosi e mutual funds più piccoli e meno noti.

Stiamo parlando di fondi che potrebbero, senza sforzi, comprare l'intero debito italiano, una traccia per noi inedita, sorprendente, un tema che riteniamo debba essere divulgato per la condivisione, augurandoci che la nostra analisi sia corretta, obiettiva, attuale. E che non infastidisca nessuno. E' importante parlarne perché il tema del controllo finanziario è strategico per il settore dell'hotellerie mondiale ed è giusto trasmetterlo ai lettori.

Dalla nostra analisi, emerge che, a dominare lo scenario alberghiero, sono due realtà finanziarie in particolare: Vanguard e FMR, con quest'ultima che possiede, ad esempio, il 43% di Intercontinental e – queste sono valutazioni ufficiose – anche poco meno della metà delle azioni che si trattano alla Borsa di New York. Per addolcire l'analisi e – perché no – fare notizia, sveliamo che la “padrona” della catena alberghiera IHG, la più importante del mondo, è una signora che raccoglie ogni mese mezzo miliardo di dollari da piccoli azionisti di tutto il mondo. Risparmiatori, persone e aziende che affidano a FMR – una specie di INPS americana – i loro investimenti e la loro futura pensione.

Insieme ad Abigail Johnson, la Signora di FMR, (2.700 miliardi di dollari di patrimonio gestito, dei quali solo una piccola parte in campo alberghiero), ci sono, nell'ordine, il gigante Blackrock con 6.500 miliardi di dollari e quello che sembra un piccolo fondo irlandese, Vanguard

Group, con 5.100 miliardi di dollari di capitale amministrato. Le centinaia di fondi che abbiamo visto apparire nei consigli di amministrazione delle catene sono seguiti da un manipolo di sceicchi dei cui capitali non è dato sapere, ma che, prevalentemente, si occupano di investimenti nel lusso.

È dunque piuttosto naturale parlare dei membri della famiglia Johnson di Boston, controllori di quel gigante dell'ospitalità (in apparenza inglese) noto come IHG ovvero InterContinental Hotel Group. Come funziona la governance di questa catena? Sintetizzando al massimo le notizie, il 67% delle azioni InterContinental sono di FMR LLC, la quale somma i fondi Fidelity Investments, FNF Mutual Funds e un'altra decina di fondi speciali con i quali immaginiamo si sviluppi la pipeline, i fatturati e tutto quanto appaia economicamente strategico per la signora Abigail Johnson e per la catena più presente a livello internazionale.

Abigail Johnson, Chief Executive di FMR LLC, è l'attuale numero uno della famiglia dei fondatori di Fidelity Funds, il conglomerato che aggrega centinaia di fondi d'investimento statunitensi, almeno cinquecento, e centinaia di negozi in cui si fanno "everyday investments", un'abitudine americana che aiuta a garantire una pensione a chi non ha obblighi previdenziali, che equivale a dire il 75% dei cittadini statunitensi. FMR, con i suoi cinquecento fondi satellite, diversamente da INPS, reinveste e fa fruttare il denaro degli



FMR LLC Chief Executive Abigail Johnson e proprietaria di Fidelity (FNF)

americani, partecipando attivamente al capitale finanziario di Apple, Facebook, Oracle, IBM, Pfizer, Caterpillar, Wells Fargo, e appunto IHG, Hilton, Marriott, Hyatt, etc.

La Signora FMR la si trova ovunque ci sia reddito, accumulo di capitale, speculazione e mutualità. È sempre in prima linea, intercetta dividendi, aumenti di capitale e crescita azionarie. Citiamo due casi: quello relativo ad Alibaba, investimento iniziale 427 milioni diventati 2.562 miliardi di dollari in pochi anni, o quello degli 8 milioni di investimento in Adaptimmune Therapeutics plc che una settimana dopo l'ingresso in Borsa erano già diventati 41 milioni di dollari. Oggi Abigail Johnson è il "capo clan" dei Johnson con un capitale proprio, si potrebbe chiamarli risparmi, di 1,2 trilioni di dollari. La stima è della SEC (Securities and Exchange Commission) che solitamente non sbaglia.

Ma chi c'è dietro le quinte?

Volando oltre FMR, nell'industria dell'ospitalità (alberghi, viaggi, ristoranti, aerolinee...) c'è una società, anzi un gruppo di società dal nome aggressivo, in apparenza irlandese, che invece è sostanzialmente di ispirazione cinese, un gruppo che possiede azioni di tutte le catene alberghiere occidentali. Si chiama Vanguard e si occupa di mutual funds, di risparmio, di everyday investments. Ha un patrimonio colossale, sfida spesso Blac-

krock, Goldman Sachs e JP Morgan, ma, in più, guarda, studia, compra, investe e cavalca i CdA delle catene alberghiere, riuscendo da questa posizione strategica ad avere il polso del mercato dei viaggiatori business e leisure occidentali. Osservandone le partecipazioni, si potrebbe affermare che, senza la presenza massiccia di FMR, le catene alberghiere mondiali sarebbero delle "controllate" di Vanguard Group, cosa che genererebbe perplessità specialmente in area statunitense. Per chi non ha familiarità con i titoli, le azioni, le Borse, la speculazione, insomma per gran parte dei lettori di Master Meeting, proviamo a descrivere i principali partners di Vanguard Group, che d'irlandese, dati alla mano, ha ben poco. La tavola in basso descrive la situazione a fine 2018.

Sommando le partecipazioni, si evince che il 24,41% è sufficiente per affermare che il controllo di Vanguard è in mano a investitori cinesi e che la compagnia, che con nomi diversi abbiamo trovato in quasi tutte le compagini societarie dei grandi gruppi alberghieri, è in posizione chiave nei relativi CdA, tanto da determinarne strategie, tattiche e investimenti. Questo assetto basta per stabilire che Vanguard è il socio trasversalmente più influente delle più importanti catene alberghiere internazionali. E ne abbiamo analizzate solo alcune, le più famose e robuste.

Tencent Holdings Ltd.	5,86%
Alibaba Group Holding Ltd ADR;	4,65%
Taiwan Semiconductor Manufacturing Co. Ltd.	4,19%
Naspers Ltd. Class N.	2,26%
China Construction Bank Corp. Class H.	1,64%
Reliance Industries Ltd.	1,28%
Ping An Insurance (Group) Co. of China Ltd. Class H.	1,25%
Industrial And Commercial Bank Of China Ltd. Class H.	1,22%
China Mobile Ltd.	1,05%
Housing Development Finance Corp. Ltd.	1,01%

Da questo primo studio risulta dunque che:

- **MARRIOTT** (5.397 Hotel, 1.068.990 camere, fatturato 15 miliardi di dollari e titolare dei migliori brand del mondo: The Ritz-Carlton, Bulgari, JW Marriott, Renaissance Hotels, St. Regis, The Luxury Collection, W, Westin, Le Méridien, Sheraton, Four Points by Sheraton e una quindicina di nuovi brand inventati per ringiovanire la catena come Aloft, Element e tanti altri) ha come primo azionista Vanguard Group con circa il 6% dal momento che il suo capitale è altamente polverizzato e ha oltre i due terzi di flottante;
- **INTERCONTINENTAL (IHG)** (5.656 hotel, 701.522 camere, fatturato 1,89 miliardi di dollari) è il caso più interessante in quanto FMR possiede il 43% delle sue azioni;
- **HILTON + Hilton Worldwide Holdings Inc.** (4.322 hotel, 715,062 camere, fatturato 10,5 miliardi di dollari) è sempre Vanguard Group il primo azionista, con il 12,39% insieme a 10 controllate e 10 mutual fund. Da solo ha il 7,40%. Anche Blackrock è presente con il 6,29% del capitale;
- **HYATT Hotels Corp.** (587 hotel, 155.000 camere, fatturato 4,42 miliardi di dollari). Tutti gli hotel portano il marchio Hyatt e così non si fa confusione. Anche in questo caso, Vanguard è presente (è il terzo maggiore azionista) con il 9,10% delle quote mentre Blackrock si ferma al 4,24%;
- **CHOICE Hotels International** (6.397 hotel, 505.000 camere, fatturato 1,1 miliardi di dollari). Con i suoi 80 anni di storia e una delle maggiori catene alberghiere al mondo per hotel rappresentati, soprattutto nella gamma upscale ed economy (no luxury brands). Azionisti di riferimento Vanguard 9,5% e Blackrock 2,81%;
- **WYNDHAM Worldwide, Wyndham Hotels&Resorts** (presente in 110 nazioni con 220 resort di proprietà, fatturato

di 1,63 miliardi di dollari). È anche una società di time-share quindi di “peso immobiliare” visto che governa RCI la prima società di timesharing del mondo. Esce dal frazionamento di Cendant Corporation (primo azionista di Vanguard) nel luglio 2006. L'attuale controllo è di Vanguard Group con il 24%. La somma di FMR, Fidelity e Boston Partners controlla un altro 20% circa delle azioni.

Come in America si diventa giganti.

Ma come si fa a pensare che Vanguard, FMR, Blackrock con altri dieci fondi d'investimento e mutual funds possiedano il controllo di quasi tutto? E come è possibile entrare nella governance delle catene? Per chi è in-



teressato a questo mondo di partecipazioni di Borsa riportiamo una lettera di Dan Wiener, uno dei guru che assistono gli investitori mondiali, ai suoi potenziali risparmiatori nella quale prova ad indicare la strada.

7 luglio 2019

Adoro Vanguard, ma il loro consiglio ai singoli investitori è carente.

E ora - con gli investitori che affrontano gli aumenti dei tassi della Fed, con una massiccia dose di incertezza su come i mercati si comporteranno nel corso dell'anno - la paura dell'investitore sta aumentando.

Pochi investitori Vanguard sanno dove sono i loro soldi in questo momento. Con oltre 190 fondi tra cui scegliere, gli errori sono facili. La maggior parte degli investitori di Vanguard ha bisogno di aiuto per decidere quali fondi acquistare in questi giorni. Nessuno sta dicendo loro quali sono i fondi da acquistare, da vendere o da evitare.

Vanguard non ti dirà mai di vendere un fondo, anche se il mercato inizia a mostrare segni di rallentamento. Quel che è peggio, Vanguard ha un modo di dirti di comprare dei fondi che nessuno vorrebbe. Con Vanguard scoprirai che i fondi che dovresti avere sono stati nascosti per te dal giorno in cui hai aperto il tuo account Vanguard. Sembra incredibile, lo so. Ma è vero.

*Ti mostrerò la prova tra un momento. Prima però, dovrei presentarmi. Sono Dan Wiener. Sono a capo della più grande operazione di ricerca indipendente del mondo dedicata ad aiutare gli investitori di Vanguard ad avere successo. La maggior parte della mia ricchezza è in fondi Vanguard. Oggi, io e il mio direttore di ricerca e co-editore, Jeff DeMaso, vi mostreremo come Vanguard può proteggerti e renderti più ricco di quanto avresti mai immaginato. Jeff e io vogliamo la stessa cosa: **presentarti come abbonato a The Independent Advisor per Vanguard Investors**, così potrai raccogliere gli stessi premi e vantaggi che otteniamo noi con l'1% di Vanguard.*

I miei abbonati più ricchi sono alcune delle persone più esigenti che tu abbia mai incontrato. Non hanno preoccupazioni di denaro ma vogliono diventare ancora più ricchi. Molto più ricchi. E come te odiano il rischio. Sono orgoglioso di dire che superiamo le loro “impossibili” richieste di sicurezza e prestazioni anno dopo anno, semplicemente utilizzando i fondi più potenti di Vanguard. E se ci permetti, risponderemo alle tue richieste e supereremo anche le tue aspettative.

IL BORSINO DELLE CATENE

Accor Hotels (Bourse de Paris)



InterContinental Hotels Group (NYSE)



Hilton Worldwide (NYSE)



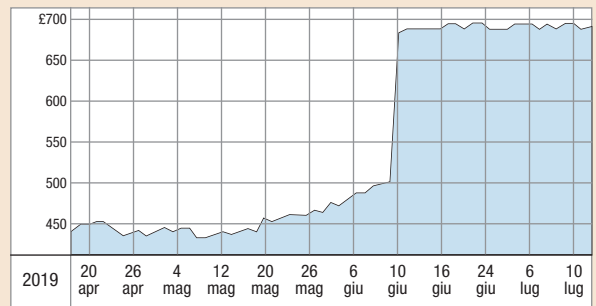
Choice Hotels International (NYSE)



Hyatt Hotels (NYSE)



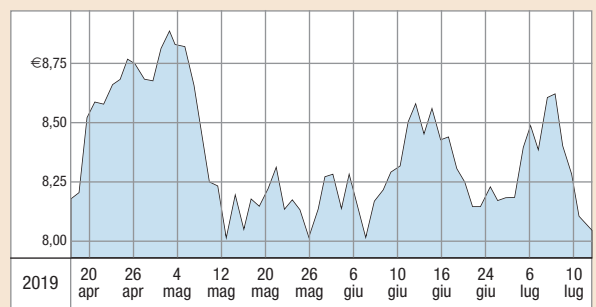
Millennium & Copthorne (London Stock Exchange)



NH Hoteles (Bolsa Madrid)



Meliá Hotels International (Bolsa Madrid)



ITALIAN HOTEL MONITOR

Primi cinque mesi del 2019 stabili per R.O. e A.D.R.

I primi cinque mesi dell'anno, per l'industria alberghiera italiana, si chiudono con un risultato lievemente positivo, sia in termini di occupazione camere (+0,1 punti) che di prezzo medio camera (+0,3%).

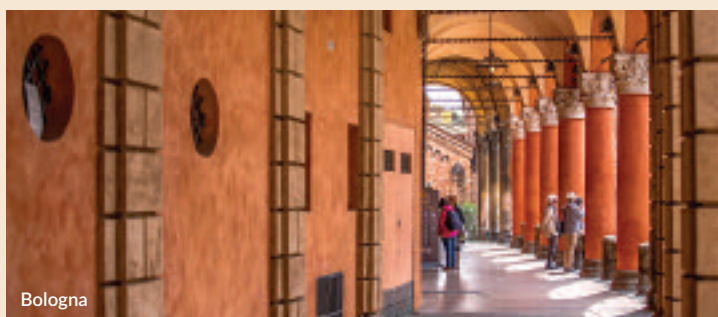
Gli indicatori dell'Italian Hotel Monitor evidenziano una tendenza positiva del movimento turistico sia business che leisure, soprattutto, tenendo conto che quest'ultimo, nello stesso periodo del 2018 era positivamente condizionato dalla Pentecoste, tradizionale periodo di vacanza in Germania, primo mercato estero del nostro Paese.

Nel periodo gennaio-maggio 2019 IHM ha registrato un incremento dell'occupazione camere negli alberghi italiani di 0,1 punti rispetto al 2018, con l'indice che si attesta su un eccellente 68,4% medio nazionale per la classe *upscale*. In aumento anche il prezzo medio camera del +0,3% sullo scorso anno, con un valore pari a 113,05 euro.

Analizzando l'andamento della R.O. su scala nazionale, tra le 39 città monitorate ne emergono 26 con il segno più. Tra queste si segnalano le performance di Verona e Bari, entrambe con +2,8 punti rispetto allo stesso periodo del 2018. In termini assoluti ci sono 3 città oltre quota 70% di R.O. (Milano 75,0%, Roma 73,5% e Firenze 71,6%) ed altre 16 città che superano la simbolica quota (gestionalmente parlando) del 60% di R.O.

In termini di prezzo medio di vendita, occorre evidenziare in particolare gli incrementi di Como, +4,1% rispetto al 2018, Perugia (+2,9%) e Napoli (+2,6%). Flessione delle tariffe invece in 12 delle 39 città monitorate.

Per quanto riguarda i prezzi assoluti, al vertice del ranking si conferma Venezia, con un prezzo medio camera di 140,22 euro (+2,0% rispetto allo scorso anno), davanti a Milano (130,48



Bologna

euro, -0,2% sul 2018) e Firenze (126,47 euro, +1,9% sul 2018). Le altre città con ADR (Average Daily Rate) superiore a 100 euro sono Roma (116,44 euro), Torino (111,97), Como (111,62), Napoli (110,46) e Bologna (103,01).

Per quanto riguarda le tipologie ricettive, i dati confermano il solido andamento del settore *luxury* (5 stelle), in crescita per ADR (+2,5%) e R.O. (+1,1). Il settore *midscale* (3 stelle) registra invece +0,5 punti di R.O. e -0,3% di prezzo medio camera.

COMPRAVENDITE E GESTIONI - LUGLIO 2019

Tel diretto +39 02 86232711

HOTEL IN VENDITA

CATEGORIA	CAMERE	LOCATION
4 stelle (prima linea)	130	Giulianova (TE)
4 stelle	70	Verona
4 stelle	120	Torino
4 stelle	70	Savelletri (BR)
4 stelle	50	Genova
4 stelle (ristrutturato)	50	Roma
3 stelle	70	Sanremo (IM)
3 stelle	42	Bologna
3 stelle	43	Roseto degli Abruzzi (TE)
3 stelle	30	Rimini - Viserbella
3 stelle - country house	20	Sant'Omero (TE)

HOTEL IN LOCAZIONE

4 stelle	60	Firenze (periferia)
3 stelle (annuale)	56	Rimini - Rivazzurra

OPPORTUNITÀ PER PROPRIETARI DI IMMOBILI ALBERGHIERI

CATENA ITALIANA IN ESPANSIONE CERCA HOTEL (AFFITTO-LOCAZIONE)

Almeno 80 camere di standard internazionale in città capoluogo

FAMIGLIA ALBERGATORI CERCA AFFITTO/LOCAZIONE ALBERGO 50-70 CAMERE RIVIERA ADRIATICA (CERVIA, MILANO MARITTIMA)

REPORT ITALIAN HOTEL MONITOR - GENNAIO-MAGGIO 2019

Occupazione e Prezzo per Città

Città	Occupazione % Camere			Prezzo Medio		
	Gen-Mag 2019	Gen-Mag 2018	Var 19/18	Gen-Mag 2019	Gen-Mag 2018	Var 19/18
+ TORINO	68,9	67,1	1,8	111,97	110,79	1,1%
- GENOVA	67,3	68,6	-1,3	98,74	99,50	-0,8%
- MILANO	75,0	75,2	-0,2	130,48	130,76	-0,2%
+ COMO	56,5	54,9	1,6	111,62	107,27	4,1%
+ BRESCIA	50,9	50,9	0,0	86,42	85,01	1,7%
- BERGAMO	68,2	69,9	-1,7	90,54	90,68	-0,2%
- PARMA	59,5	61,4	-1,9	88,82	89,83	-1,1%
+ REGGIO EMILIA	56,6	54,9	1,7	85,22	84,59	0,7%
+ MODENA	56,8	55,7	1,1	85,54	85,36	0,2%
- TRENTO	57,3	57,4	-0,1	82,97	84,92	-2,3%
- BOLZANO	59,7	60,4	-0,7	85,75	85,58	0,2%
+ VENEZIA	64,7	64,6	0,1	150,22	147,32	2,0%
+ VERONA	57,1	54,3	2,8	95,50	94,24	1,3%
+ VICENZA	57,1	56,8	0,3	85,31	85,28	0,0%
+ PADOVA	63,8	63,0	0,8	86,58	86,49	0,1%
+ TREVISO	60,1	58,2	1,9	85,44	84,93	0,6%
+ UDINE	63,9	63,5	0,4	90,14	89,83	0,3%
+ TRIESTE	61,5	61,2	0,3	91,64	90,87	0,8%
- FERRARA	56,0	58,2	-2,2	88,25	87,36	1,0%
+ BOLOGNA	67,3	67,0	0,3	103,01	100,91	2,1%
- RAVENNA	62,4	62,6	-0,2	86,41	85,87	0,6%
+ RIMINI	59,3	58,8	0,5	87,71	87,03	0,8%
+ REP. SAN MARINO	55,4	55,0	0,4	85,97	85,35	0,7%
- FIRENZE	71,6	72,3	-0,7	126,47	124,16	1,9%
+ PISA	65,5	64,3	1,2	91,01	90,21	0,9%
- SIENA	66,7	67,1	-0,4	94,12	93,66	0,5%
- ANCONA	60,8	62,2	-1,4	87,70	88,30	-0,7%
+ PESARO	55,1	53,8	1,3	83,18	82,98	0,2%
+ PERUGIA	49,8	47,9	1,9	88,91	86,41	2,9%
+ ROMA	73,5	73,5	0,0	116,44	117,89	-1,2%
- PESCARA	53,4	54,5	-1,1	83,21	83,21	0,0%
+ NAPOLI	68,4	68,3	0,1	110,46	107,64	2,6%
+ BARI	58,8	56,0	2,8	90,07	88,47	1,8%
+ TARANTO	56,7	54,2	2,5	83,80	84,54	-0,9%
- PALERMO	64,3	64,6	-0,3	95,81	96,05	-0,2%
+ MESSINA	53,6	53,5	0,1	83,92	84,08	-0,2%
+ CATANIA	67,6	66,2	1,4	88,35	91,46	-3,4%
+ CAGLIARI	57,1	57,1	0,0	86,75	87,21	-0,5%
+ SASSARI	56,2	55,2	1,0	83,69	84,98	-1,5%
+ TOTALE ITALIA	68,4	68,3	0,1	113,05	112,71	0,3%

Zoom sulle città Top Ten

Città	Occupazione % Camere		
	Luxury	Upscale	Midscale
VENEZIA	59,4	64,7	62,9
MILANO	67,7	75,0	72,9
FIRENZE	64,2	71,6	68,1
ROMA	64,6	73,5	75,8
TORINO	-	68,9	61,2
NAPOLI	-	68,4	64,5
BOLOGNA	-	67,3	66,4
GENOVA	-	67,3	64,3
VERONA	-	57,1	59,2
BARI	-	58,8	60,9
TOTALE ITALIA	64,3	68,4	63,4

Città	Prezzo Medio		
	Luxury	Upscale	Midscale
VENEZIA	470,55	150,22	88,73
MILANO	376,91	130,48	70,64
FIRENZE	406,05	126,47	61,68
ROMA	316,35	116,44	65,09
TORINO	-	111,97	55,99
NAPOLI	-	110,46	53,73
BOLOGNA	-	103,01	62,20
GENOVA	-	98,74	51,92
VERONA	-	95,50	55,45
BARI	-	90,07	50,25
TOTALE ITALIA	375,40	113,05	56,93

Occupazione e Prezzo per Tipologia

Tipologia	Occupazione Camere		
	Gen-Mag 2019	Gen-Mag 2018	Var 19/18
Luxury	64,3	63,2	1,1
Upscale	68,4	68,3	0,1
Midscale	63,4	62,9	0,5

Tipologia	Prezzo medio		
	Gen-Mag 2019	Gen-Mag 2018	Var 19/18
Luxury	375,40	366,12	2,5%
Upscale	113,05	112,71	0,3%
Midscale	56,93	57,12	-0,3%

Fonte: Italian Hotel Monitor - Trademark Italia

SCENARI

Il mercato immobiliare alberghiero italiano è in salute

Nel 2018 il mercato immobiliare alberghiero italiano ha dimostrato di essere in salute facendo registrare un eccellente andamento degli scambi e un fatturato complessivo superiore a 3 miliardi di euro tra contratti di vendita e locazione, con un incremento di 9 punti percentuali rispetto al 2017. Anche le previsioni per il 2019 sono positive, secondo il "Rapporto 2019 sul mercato immobiliare alberghiero" presentato in occasione del recente Hospitality Forum 2019; l'aumento del fatturato relativo agli interscambi consentirà di raggiungere quota 3,4 miliardi di euro.

Il 2018 è stato un anno positivo per il mercato immobiliare alberghiero anche a livello europeo, con il capitale movimentato nelle transazioni che ha superato i 24 miliardi di euro per un +3,9% sul

2017. Di questi la quota italiana è del 12,5%, dietro Gran Bretagna, Spagna, Germania e Francia.

E, se i Fondi di fama internazionale continuano a investire nel settore, vuol dire che l'industria dell'ospitalità è performante, guadagna, cresce e premia gli investitori. Nel Vecchio Continente, lo scorso anno, sono passate di mano oltre 200mila camere. Particolarmente attive le società di private equity (circa il 21% degli investimenti), seguite dagli investitori istituzionali (17%), dagli operatori alberghieri (11%) e da fondi REIT (9%). Il focus di chi investe si concentra soprattutto sul segmento luxury e upscale senza degnare di sguardi il patrimonio degli hotel a 2 e 3 stelle che rappresentano il 75% dell'offerta di ospitalità del nostro Paese.

Gli hotel del Regno Unito ottengono il sostegno del governo con un nuovo accordo settoriale

Nel Regno Unito l'industria dell'ospitalità ha ottenuto finalmente dal governo britannico il riconoscimento e il sostegno richiesto da anni. Un sogno che diventa realtà e che dimostra l'importanza di questo settore per lo sviluppo economico inglese. Secondo un comunicato stampa del governo britannico, i vantaggi dell'accordo di settore includono una serie di componenti che forse gli albergatori italiani non approverebbero nella loro totalità:

- la creazione di un "hub dei dati del turismo" che fornirà agli albergatori le ultime tendenze a livello nazionale e internazionale, consentendo alle aziende di rapportarsi meglio con i visitatori stranieri;
- l'impegno di aggiungere all'organizzazione del lavoro esistente almeno 10.000 apprendisti finalizzati alla governance del turismo e dell'ospitalità;
- l'impegno a garantire permessi edilizi per la costruzione di 130.000 nuove camere d'albergo, il 75% delle quali fuori dalla città di Londra;
- un investimento di 250.000 sterline (equivalenti a 279mila euro) nella connettività a banda larga per i centri conferenze U.K. per stimolare i viaggi d'affari, le esposizioni, lo scambio di merci e prodotti;
- la creazione di una nuova strategia governativa per incentivare i viaggi "fuori stagione";
- l'avvio di cinque nuovi progetti pilota per la creazione di nuove "zone turistiche" (con tassazione speciale, tariffazioni ad hoc, orari degli esercizi mirati).

- per sostenere i viaggi in aree del Regno Unito diverse da Londra.

L'annuncio dell'accordo, accolto positivamente dagli albergatori britannici, punta ad attirare altri nove milioni di visitatori all'anno entro il 2025.

Secondo gli operatori britannici, l'accordo è un importante riconoscimento nei confronti del settore turistico britannico, che testimonia la chiara percezione del governo circa l'importanza dell'industria dell'ospitalità per lo sviluppo economico del Paese.

Attualmente, l'industria turistica contribuisce per il 10% al PIL del Regno Unito, qualcosa in meno dell'Italia, dove le vacanze estive degli italiani, da sole, producono un 3-4% del PIL. Il turismo in 360 giorni assicura al Regno Unito 3,7 milioni di posti di lavoro (non stagionali) ed, entro il 2025, dovrebbe generare 257,4 miliardi di sterline (287 miliardi di euro) di ricavi. Il momento è politicamente delicato in vista della Brexit, dal momento che, dall'UE proviene il 60% dei visitatori totali e che la statistica ufficiale stima solo un 11% dei dipendenti complessivi del settore turistico di nazionalità inglese. Il resto è europeo, del Commonwealth e comunque internazionale.

Secondo Timothy Jenkins, responsabile della politica e affari pubblici di VisitBritain, l'aumento di un punto percentuale di arrivi turistici aggiungerebbe 12 miliardi di sterline (13,4 miliardi di euro) al giro d'affari del Regno Unito.

Olimpiadi 2026: un impatto da quasi 4 miliardi

Quasi 4 miliardi e mezzo di euro di impatto economico, di cui oltre 2,8 miliardi per la Lombardia e il resto per Veneto e Trentino-Alto-Adige. Secondo i calcoli effettuati dalla Bocconi di Milano e dalla Ca' Foscari di Venezia sarebbero questi gli effetti dell'organizzazione delle Olimpiadi invernali 2026 Milano - Cortina. Il tutto per un valore aggiunto di circa 2 miliardi, con l'industria turistica a fare la parte del leone, con investimenti complessivi per 1,3 miliardi, di cui circa 900 milioni apportati dal CIO e 450 milioni da capitali pubblici e privati.

Milano in particolare si prepara ad un nuovo EXPO con investimenti alberghieri previsti, secondo quanto emerso dal recente Hospitality Forum di Scenari Immobiliari, superiori ai 13 miliardi di euro nei prossimi dieci anni. Grazie alle prossime Olim-

piadi 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 2.500/3.000 stanze e un investimento non inferiore al miliardo di euro. L'elemento più interessante, collegato alle Olimpiadi, 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 direzionale e commerciale. Una festa per l'industria dell'ospitalità!

BREAKING NEWS

Aumentano le strutture ricettive all'asta in Italia

È salito del 34,3% il numero delle strutture turistico-ricettive all'asta in Italia. Il dato arriva dall'ultimo Rapporto Sogeea, service provider nel real estate nazionale, e riguarda i primi sei mesi del 2019.

Secondo l'indagine, sono 153 le vendite forzate di alberghi, stabilimenti balneari, campeggi e b&b su tutto il territorio nazionale in crescita di 39 unità rispetto alle 114 registrate lo scorso gennaio.

Guardando alle macroregioni, si nota che sono rimasti sostanzialmente stabili il Nord (43 strutture all'asta contro le 41 di sei mesi fa) e il Centro (le 54 attuali sostanzialmente si sovrappongono alle 50 di gennaio), mentre il Mezzogiorno e le isole maggiori sono più in sofferenza: Sicilia e Sardegna, insieme, ne contano sul mercato 36, valore triplicato rispetto a quello dell'ultima rilevazione (11). Nel Sud continentale, invece, si assiste a un quasi raddoppio della quota, che si attesta a 20 unità contro le 12 fatte registrare in avvio di 2019. Il primato degli immobili turistici in vendita lo fa comunque registrare la Toscana (34) seguita propria da Sardegna (19) e Sicilia (17), quindi Lazio (16), Abruzzo (12), Trentino-Alto Adige (12) ed Emilia-Romagna (10).

Interessante notare, nel report, che le fasce di prezzo degli asset immobiliari finiti in vendita forzata: fino a un milione di euro sono il 48,4%; oltre i 3 milioni di euro sono solo il 19% del totale.

Forse gli operatori per gli immobili "più complessi" attendono ulteriori ribassi prima di muoversi.

Per fare turismo ci vogliono i soldi... e tanti

Per lo sviluppo di un'ospitalità di standard internazionale servono investitori seri, competenti e ricchi... molto ricchi. Per non fare la fine di UNAHotels, Atahotels e Boscolo. Gruppi ricchi e senza debiti ci sono, anche in Italia: un nome tra gli altri Planetaria Hotels.

Ma la lista di quelli che non hanno capitali e che ci provano lo stesso a spennare le banche e il Tesoro a noi pare lunga. Tra i tentativi di avvicinamento al capitale dello Stato per fare alberghi c'è quello mirato alla riqualificazione dell'ex Ospedale a mare di Venezia Lido. Il progetto, da completare entro il 2023 è fatto di 525 camere, un hotel gestito da TH Resorts del signor Debellini e un resort di livello internazionale gestito (guardando il progetto) dal signor Palmucci attuale presidente di Enit e former president di Confindustria Alberghi. Costo camera per 251.400 euro. Non è male l'idea di sanare l'area, ma chiunque lo farebbe un investimento così, visto che 132 milioni di euro, di cui 9 per oneri di urbanizzazione, arriverebbero direttamente da Cassa Depositi e Prestiti, già proprietaria dell'area. Vediamo le ricadute economiche sul territorio. Sono in apparenza ottime, calcolate in 77 milioni di euro e 500 nuovi posti di lavoro, il giro d'affari

previsto (a regime) è di 14 milioni all'anno. Chissà se i gestori sono in grado di produrli.

Il progetto prevede un elevato e improbabile ritorno dell'investimento. Da analisti esperti del settore abbiamo fatto un esercizio, un'ipotesi di valutazione a reddito. A parte che ci vorranno decenni e non anni per recuperare parti del capitale per il quale cassa depositi e prestiti farebbe da garante, si tratta di ricavi che pochi riuscirebbero a stimare e che non lasciano calcolare i margini operativi che il progetto enuncia. Ma CdP, che lo sta facendo e che non ha mai azzardato tanto, deve averci pensato a lungo prima di affidarsi a chi l'aveva messa in difficoltà con il progetto Valtur. È un'azienda quotata che raramente si butta in operazioni a così alto rischio.

L'abbiamo sottolineato in precedenti articoli e lo ha evidenziato recentemente Gabriele Burgio, amministratore delegato di Alpitour: «Va bene se Cdp investe in immobili, sono asset che garantiscono redditività ai correntisti postali fornendo al contempo un aiuto agli imprenditori alberghieri italiani. Mi riesce però ancora una volta difficile capire una Cassa Depositi e Prestiti che si mette a fare gestione, entrando nel capitale di player come Rocco Forte e Th Resorts. Sono infatti convinto che il ruolo dello Stato, in economia, si debba limitare alla creazione degli strumenti utili a sviluppare attività imprenditoriali, lasciando alle imprese la gestione delle stesse». Che dire di più?