



Q2 2020

# REPORT ALBERGHI



**Gabetti**  
PROPERTY SOLUTIONS

# INDICE

<b>HIGHLIGHT</b>	4
<b>INTRODUZIONE</b>	6
<b>IL MERCATO DEGLI INVESTIMENTI IMMOBILIARI ALBERGHIERI</b>	8
<b>ITALIA, NUMERO TRANSAZIONI NORMALIZZATE (NTN) IMMOBILI ALBERGHIERI</b>	12
<b>IL CONTESTO TURISTICO E RICETTIVO INTERNAZIONALE NELL'ERA PRE-COVID</b>	15
<b>L'OFFERTA RICETTIVA ITALIANA*</b>	17
<b>GLI ESERCIZI ALBERGHIERI IN ITALIA</b>	20
<b>LA DOMANDA TURISTICA IN ITALIA</b>	30
<b>ARRIVI E PRESENZE NEGLI HOTEL</b>	32
<b>EVOLUZIONI IN ATTO NEGLI ALBERGHI ITALIANI</b>	36
<b>LA SITUAZIONE NEL 2020 UNO SNAPSHOT</b>	38
<b>DEFINIZIONI</b>	41

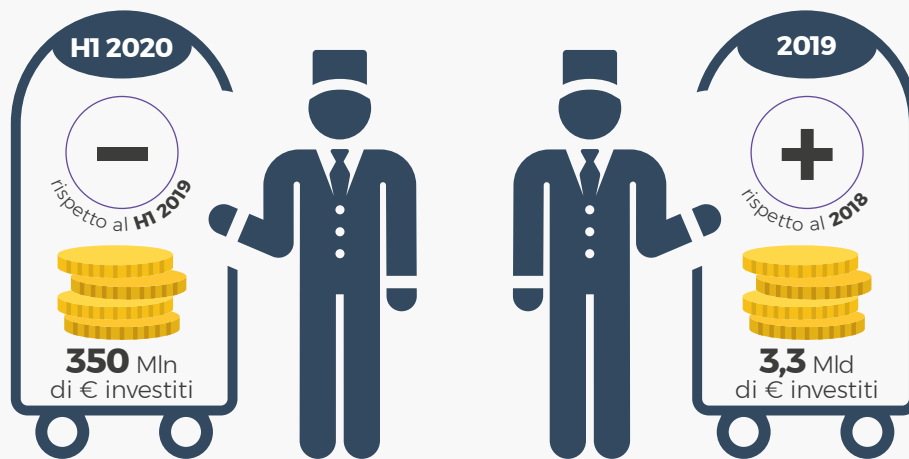
## HIGHLIGHTS

Il report analizza i principali indicatori del comparto alberghiero e turistico, al fine di fornire una fotografia completa del settore.

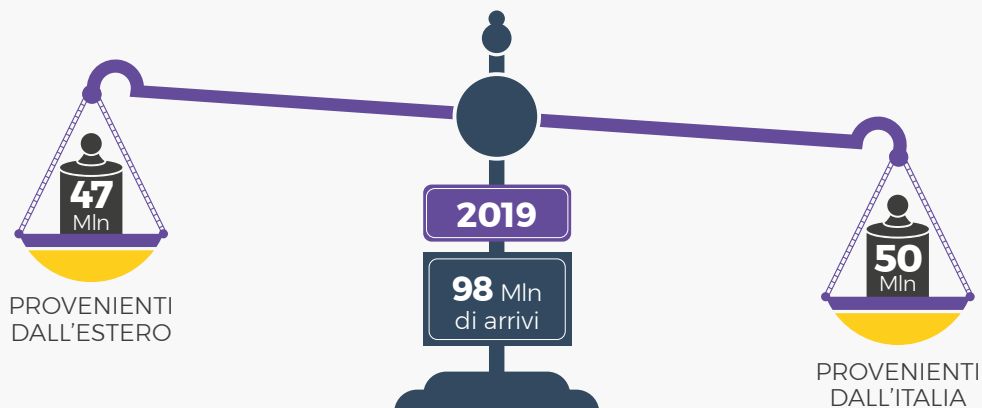
In particolare, il report monitora l'andamento degli investimenti immobiliari nel settore alberghiero e della ricettività, oltre al numero di transazioni di compravendita dell'intero comparto. Per quanto riguarda lo stock, viene

restituita un'analisi dell'evoluzione dell'offerta ricettiva in Italia, con un monitoraggio dell'attrattività delle strutture, in termini di arrivi e presenze. Infine vengono analizzate le performance relative al tasso di occupazione delle camere e ricavi medi delle principali città e il posizionamento dell'Italia nel contesto europeo.

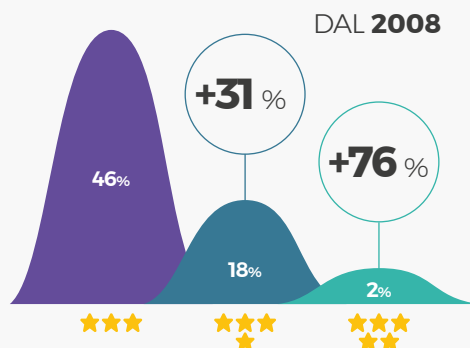
### INVESTIMENTI CORPORATE NEL COMPARTO ALBERGHIERO



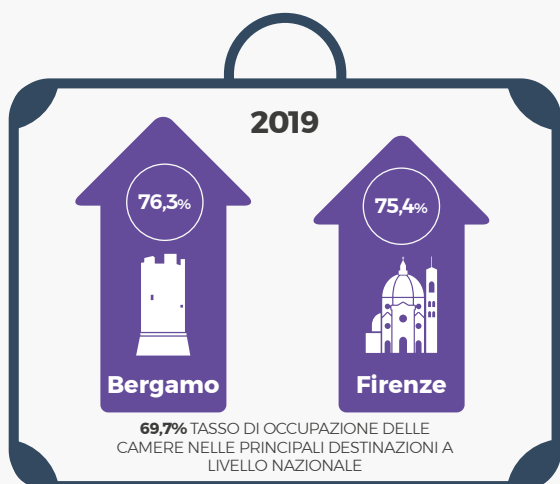
### ATTRATTIVITÀ DELLE STRUTTURE RICETTIVE NELL'ERA PRE-COVID 19



## OFFERTA ALBERGHIERA IN ITALIA



## PERFORMANCE



## L'ITALIA IN EUROPA

**1**  
1° paese per numero di camere nel 2019

**2**  
2° paese per pernottamenti di clienti stranieri



**1**  
1° paese per pernottamenti nelle strutture extra alberghiere

# INTRODUZIONE

Come per quasi tutti i settori economici nazionali anche il comparto alberghiero, dopo gli eccellenti risultati del 2019, nel primo semestre dell'anno ha subito le ripercussioni economiche della pandemia di Covid-19. Con il Pil nazionale in netta flessione e gli arrivi turistici internazionali sostanzialmente azzerati, i risultati conseguiti e gli investimenti nel settore sono inevitabilmente calati, registrando nel periodo un volume pari a circa 350 milioni di euro, più o meno il 10% del totale degli investimenti corporate del periodo. Tale performance risente soprattutto dell'assenza di compravendite di portafogli alberghieri, che avevano invece caratterizzato i primi 6 mesi del 2019, il miglior anno di sempre. Paragonata però con quella degli anni dal 2014 al 2018, la contrazione risulta molto più contenuta e il recupero atteso nella seconda metà dell'anno lascia presupporre per il 2020 un risultato abbastanza soddisfacente.

I tempi e l'intensità della ripresa del settore turistico ricettivo rimangono a tutt'oggi difficilmente prefigurabili, dipendendo da molti fattori la cui evoluzione non è prevedibile. La durata e l'estensione del contagio, sia in Italia, sia in molti Paesi da cui provengono i turisti che di norma affollano le nostre città e località, è in continua evoluzione. La ripresa dell'economia globale, in netto miglioramento negli ultimi mesi, potrebbe subire nuove contrazioni dovute a un ritorno dei contagi con effetti sulla fiducia e sulle decisioni di spesa dei cittadini, nonché sugli investimenti delle imprese. Mentre la probabile messa in commercio di un vaccino atteso per l'inizio del 2021 potrebbe favorire la progressiva normalizzazione dei flussi turistici soprattutto dall'estero.

Secondo Banca d'Italia, a livello nazionale, molto dipenderà dall'efficacia delle politiche economiche introdotte dal Governo i cui effetti ancora non sono percepibili. Quanto rilevato ad agosto, come previsto, conferma in ogni caso un'estate con la maggior parte delle destinazioni turistiche all'insegna del tutto esaurito, grazie ai nostri connazionali e a una percentuale di stranieri che, nonostante il Covid, ha dimostrato pure quest'anno di prediligere il nostro Paese come meta per le vacanze.

Anche in questa fase si conferma comunque il notevole interesse verso gli alberghi italiani da parte degli investitori stranieri, principalmente europei, che continuano a rappresentare la stragrande maggioranza dei capitali investiti nel segmento "corporate": oltre l'80% dei capitali, infatti, proviene da investitori d'oltralpe. A sostenere tali investimenti sono sempre gli operatori con strategie di lungo periodo, che alimentano i progetti di trasformazione in alberghi di palazzi ex uffici in alcune città, in particolare a Roma. La Capitale è una delle destinazioni europee dove si prevede per il futuro post Covid una decisa crescita, soprattutto nella fascia alta del mercato; la quasi totalità degli interventi si concentra nel centro storico e nel segmento lusso come testimoniano le attese prossime aperture di Intercontinental, CitizenM e di Six Senses. Ma non solo città d'arte. Da un paio d'anni anche alcune destinazioni turistiche sono state, o lo saranno a breve, oggetto di aperture di alberghi "griffati" come non era mai stato in passato: lo dimostrano Rocco Forte che, dopo la Sicilia, raddoppia in Puglia, Kempinski e Delano, che debuttano in Sardegna, e Radisson che, dopo Luxury Collection di Starwood/Marriott, sbarca a Cortina d'Ampezzo.

Nonostante l'evoluzione della pandemia nel mondo resti molto fluida, le previsioni rimangono ottimistiche perché, a ogni crisi del passato, il turismo internazionale ha sem-

pre risposto con grande reattività, recuperando, anzi spesso aumentando, i propri volumi di traffico in poco tempo. La ripresa però, affinché sia robusta e duratura, andrà comunque sostenuta da interventi di sostegno al settore da parte del Governo, oltre che, ovviamente, da investimenti dei privati. La competizione nel futuro si preannuncia piuttosto accesa: la pandemia sta accelerando molti processi che erano già in atto, alimentandone altri agli albori, che modificheranno non di poco le attitudini dei viaggiatori e le preferenze verso le varie forme di ospitalità, a partire ovviamente dagli alberghi. Alcuni operatori più dinamici, soprattutto le grandi società internazionali, si stanno già attrezzando per anticipare i desiderata dei propri clienti: chi farà altrettanto godrà di un vantaggio competitivo che sarà difficilmente colmabile dai competitor.

Per meglio comprendere queste dinamiche, il Report Alberghi di Gabetti, a partire da questa edizione, si presenta in forma rinnovata con maggiori approfondimenti sia sui dati storici, sia sulle tendenze in atto, che restano alla base delle proiezioni per valutare ogni tipo di investimento.

**Emilio Valdameri**

*Head of Hospitality and Leisure*

Gabetti Agency

# IL MERCATO DEGLI INVESTIMENTI IMMOBILIARI ALBERGHIERI

Nel primo semestre del 2020 sono stati investiti circa 350 milioni di Euro nel comparto immobiliare alberghiero "corporate", pari al 10% del totale investito, un risultato che risente ampiamente degli impatti diretti ed indiretti della pandemia Covid-19; alcune operazioni sono infatti state temporaneamente rinviate a causa della chiusura di molte attività ricettive durante il lockdown e della difficoltà a determinare le fasi e le modalità della ripresa del comparto.

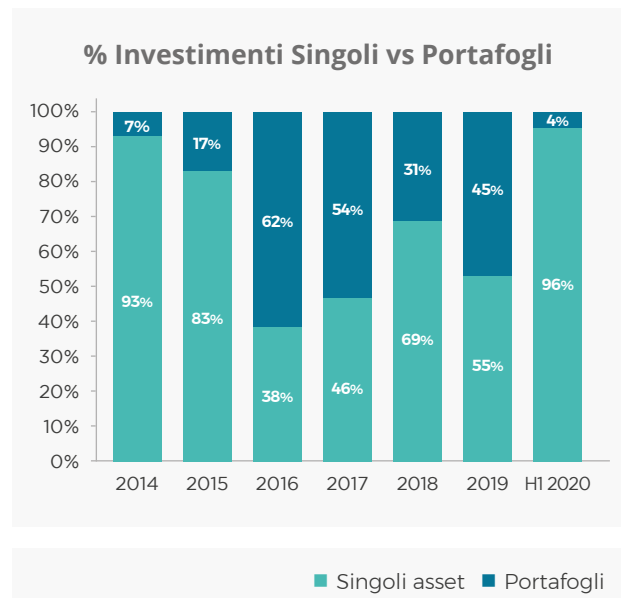
Storicamente dai 594 milioni di Euro registrati nel 2014, si era superato per la prima volta il miliardo di Euro nel 2016 (11,6% del totale) con una ulteriore crescita nel 2017, per poi consolidare nel 2019 anche grazie ad alcune operazioni avviate nel 2018.

Nei primi sei mesi del 2020 la prevalenza degli investimenti è stata concentrata soprattutto nei **singoli asset** ad uso alberghiero che con 336 milioni di Euro - rappresenta una quota del **96,3% del totale**. Le transazioni di portafogli alberghieri hanno rappresentato solo il 21,4% del totale.

Questi ultimi nel passato avevano avuto un andamento molto altalenante dovuto alla scarsa concentrazione dell'offerta in ambito nazionale passando dal minimo di 44 milioni di Euro nel 2015 ai 666 milioni nel 2016 per poi scendere nel 2017 a 643 milioni di Euro e nel 2018 a 225 milioni di Euro per poi esplodere nel 2019 con 1,5 miliardi di Euro pari al 45,4% del totale.



Elaborazioni Ufficio Studi Gabetti

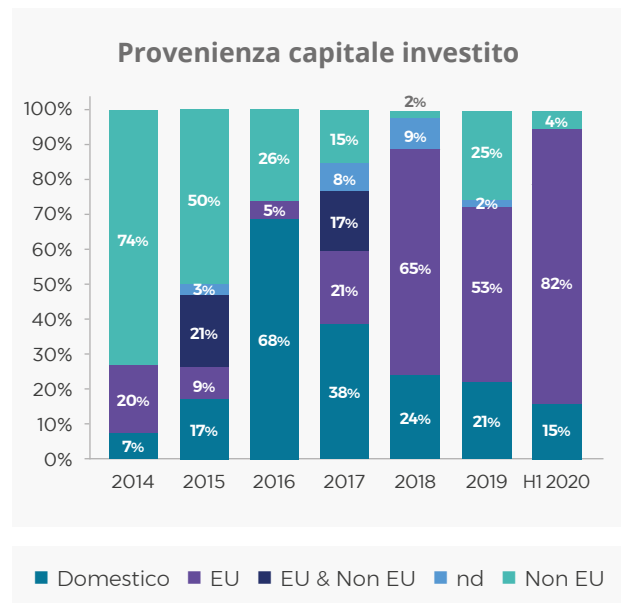


Elaborazioni Ufficio Studi Gabetti



Seppure ridotte nel numero, le transazioni del primo semestre del 2020 confermano la preferenza degli investitori per le strutture alberghiere di fascia alta, principalmente 4 stelle indipendenti, spesso che vengono acquisite per essere ristrutturate, riposizionate, magari affittate ad operatori specializzati di caratura internazionale per poi essere rivendute nel giro di 4/5 anni. Una tendenza già manifestatasi in passato, soprattutto nel 2019 anno in cui **le strutture alberghiere di 4 e 5 stelle** avevano rappresentato la quasi totalità delle transazioni e del capitale investito (**85% del totale**). Negli ultimi tempi però è cresciuto anche l'interesse da parte di gruppi internazionali orientati ad una domanda meno esigente e più orientata verso alberghi di categoria inferiore purché localizzati in posizioni strategiche, che sono sempre oggetto di riqualificazione. In questo contesto è un esempio B&B Hotels nell'ambito delle strutture di fascia media (tre stelle o mid-scale/economy secondo la terminologia internazionale).

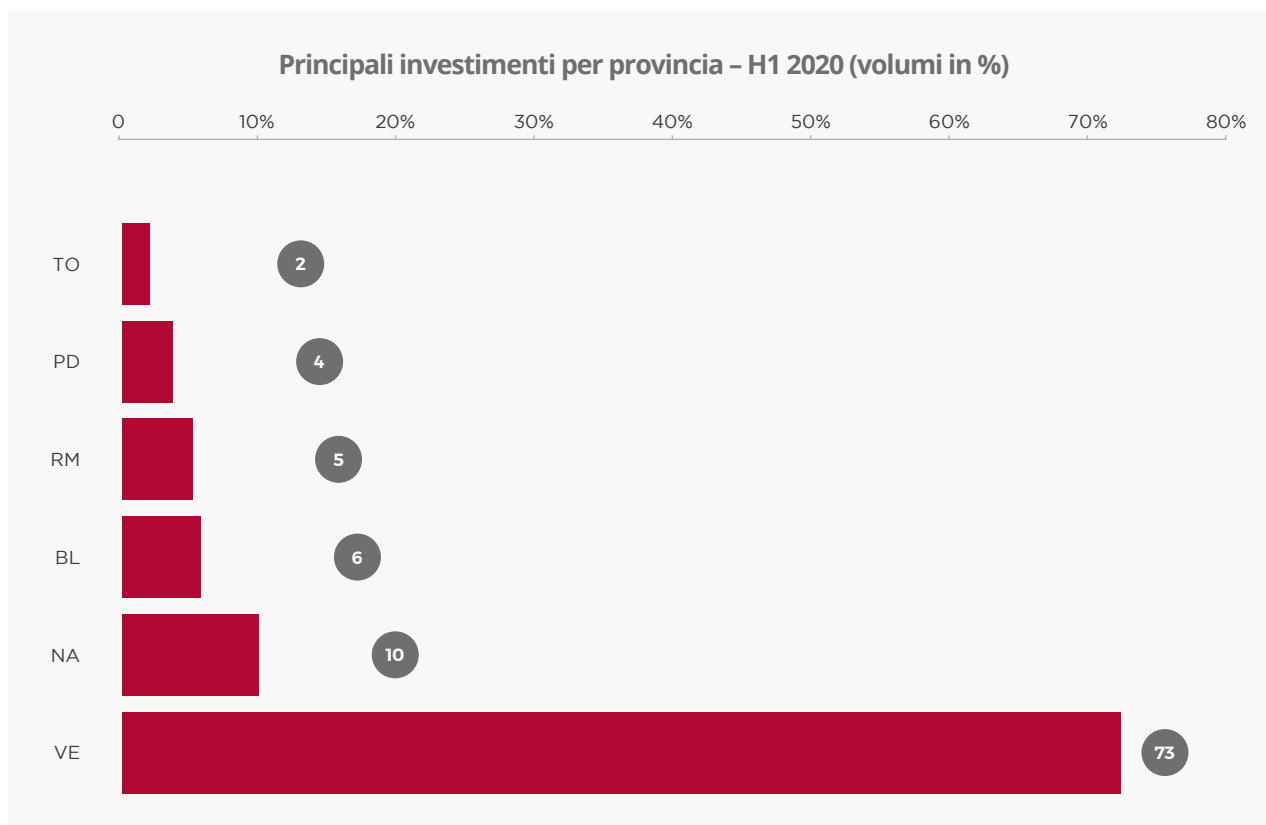
Nel primo semestre **del 2020** i capitali investiti sono stati in **prevalenza di investitori stranieri**, principalmente europei e statunitensi, che hanno rappresentato l'**85%** del totale confermando la tendenza in atto. Anche nel 2019 avevano costituito la maggioranza (77,3%), soprattutto in seguito all'acquisto dei due importanti portafogli (i 15 assets di Castello SGR da parte di Oaktree capital (USA) nel primo trimestre e gli 8 assets di Belmond acquisiti dal Gruppo LVMH (Francia).



Elaborazioni Ufficio Studi Cabetti

**Nell'H1 2020 le compravendite sono state piuttosto distribuite su tutto il territorio nazionale se si fa eccezione per la provincia di Venezia che rappresentava la quota principale del capitale investito, dovuto al passaggio di mano dell'Hotel Bauer per una cifra record di circa 250 milioni di Euro (73% del totale del periodo); Venezia a parte, è stata Napoli (10%) la leader seguita da Belluno (6%), Roma e Padova, rispettivamente con il 5% e 4% del totale.**

Nel 2019 era stata sempre **Venezia (20,8%) ad essere la più gettonata**, seguita da **Roma (14,4%)**, poi **Catania, Milano, Firenze e Genova tutte tra l' 8% ed il 10% del totale.**

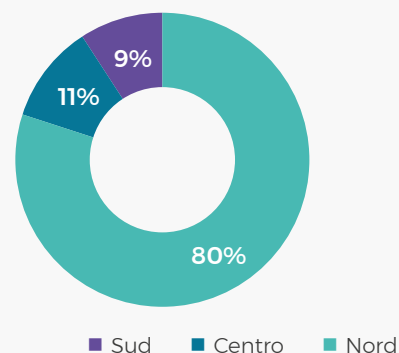


Elaborazioni Ufficio Studi Gabetti

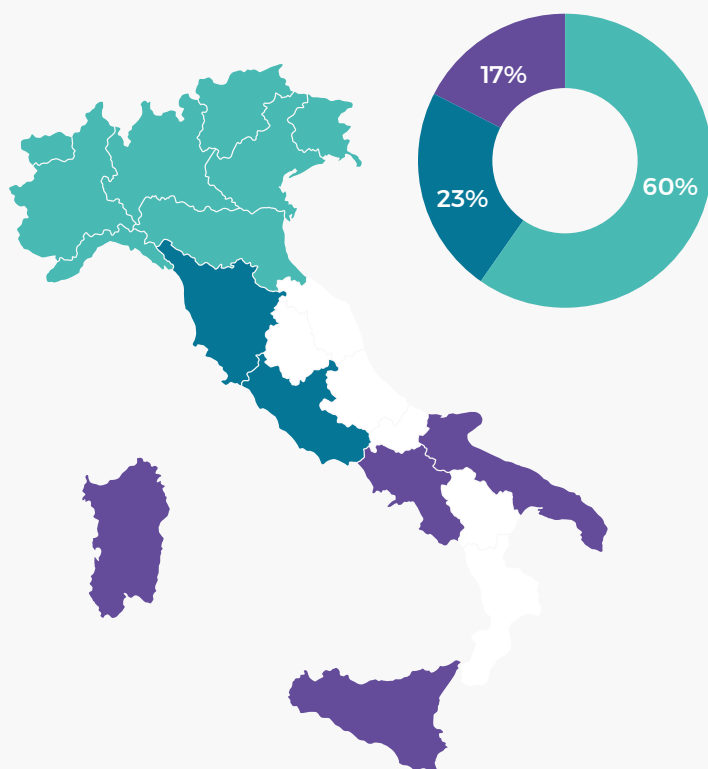
**Nell'H1 2020** sono state transate un totale di **798 camere**, di cui l'80% nel Nord Italia, l'11% nel Centro e il 9% al Sud.

A livello regionale è il Veneto che ha visto il maggior numero di camere passate di mano (il 69% per un totale di 549 camere) seguita dalla Campania con il 9% e dal Friuli Venezia Giulia e Trentino Alto Adige con il 6% circa del totale. Nel **2019** erano state oltre 7.000 le camere transate, di cui il 60% nel Nord Italia, il 23% al Centro e il 17% al Sud.

**Numero camere transate per macroarea H1 2020**



## N° Camere Transate per regione 2019



Piemonte	182
Valle d'Aosta	78
Liguria	442
Lombardia	1.714
Prov. Autonoma Trento	89
Veneto	1.341
Friuli-Venezia Giulia	58
Emilia-Romagna	348
<b>TOT.</b>	<b>4.252</b>

Toscana	577
Lazio	1.038
<b>TOT.</b>	<b>1.615</b>

Campania	209
Puglia	137
Sicilia	442
Sardegna	437
<b>TOT.</b>	<b>1.225</b>

Elaborazioni Ufficio Studi Cabetti

■ Sud ■ Centro ■ Nord

Di seguito vengono riportate alcune delle principali transazioni rilevate nell'H1 2020:

Nome	Città	Camere	Stelle	Prezzo in mln €	Compratori	Venditori	Capitale
Bauer Hotel	Venezia	191	5 lusso	250	Signa	Blue Sky Investment, Gruppo Elliot	EU
Hotel Ancora	Cortina d'Ampezzo	49	4	20	Renzo Rosso Holding	Famiglia Cusinato	Domestico
Hotel La Palma	Capri	72	4	35,0	Reuben Brothers	RBD Armatori	EU
Galzignano Terme golf e Resort	Galzignano Terme	284	4	13,0	York Capital	n.d.	NON EU

\* Comprende Hotel, Ostello e Aparthotel Elaborazione Ufficio Studi Cabetti

# ITALIA, NUMERO TRANSAZIONI NORMALIZZATE (NTN) IMMOBILI ALBERGHIERI

Rispetto al mercato degli investimenti immobiliari precedentemente analizzato, i dati relativi al numero di transazioni normalizzate (NTN) misurano le compravendite dei diritti di proprietà "contate" relativamente a ciascuna unità immobiliare tenendo conto della quota di proprietà oggetto di transazione (fonte Agenzia delle Entrate). In questo caso si segnala che le transazioni di strutture alberghiere oggetto di frazionamento, ovvero divisione in più parti dell'unità immobiliare originaria, sono conteggiate per un numero pari alle unità risultanti a seguito del frazionamento

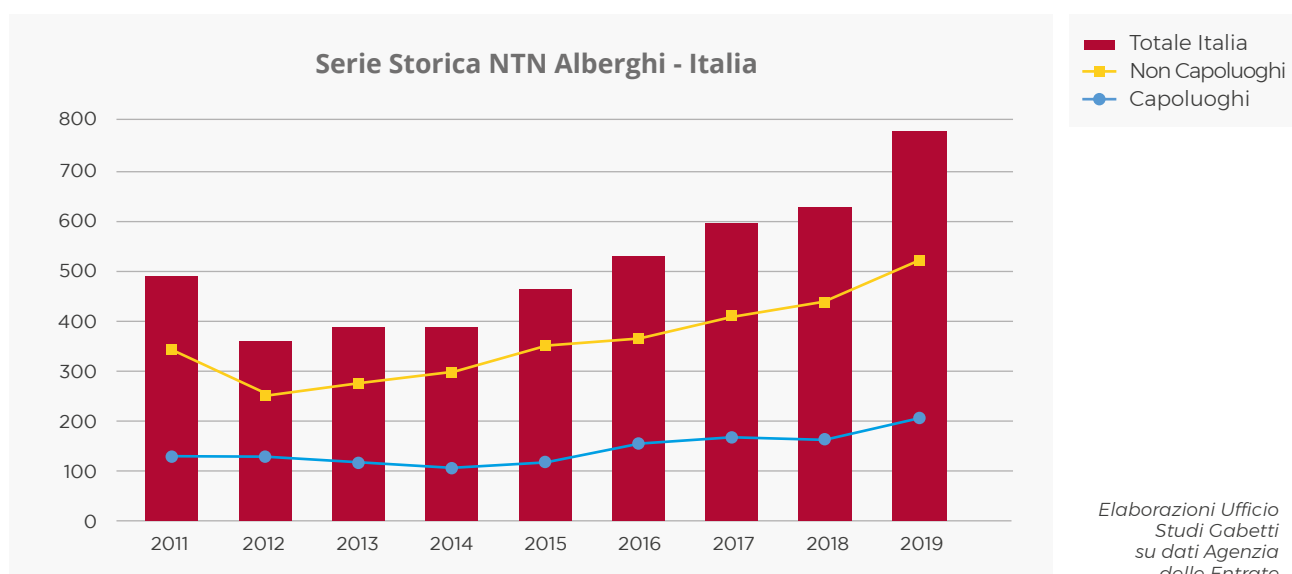
NTN Alberghi									
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Totale Italia</b>	490	360	388	388	464	529	595	628	779
<b>Capoluoghi</b>	136	119	117	89	103	152	165	161	214
<b>Non Capoluoghi</b>	354	241	271	298	361	378	430	467	565
<b>Variatz. Italia</b>		-26,5%	7,7%	0,0%	19,6%	14,1%	12,4%	5,6%	24,0%
<b>Variatz. Capoluoghi</b>		-12,9%	-1,6%	-23,5%	14,8%	47,8%	8,9%	-2,4%	32,9%
<b>Variatz. Non Capoluoghi</b>		-31,8%	12,2%	10,2%	21,1%	4,5%	13,8%	8,6%	21,0%

La serie storica delle transazioni immobiliari alberghiere dal 2011 al 2019 mostra un graduale aumento del numero di transazioni a partire dal 2012, che è stato il picco negativo nel periodo analizzato, raggiungendo il suo massimo nel 2019 a quota 779, +58,9% rispetto al 2011. I primi tre mesi del 2020 registrano un numero di transazioni pari a 155.

## ITALIA, NTN IMMOBILI ALBERGHIERI - CONFRONTO CITTÀ CAPOLUOGO VS NON CITTÀ CAPOLUOGO

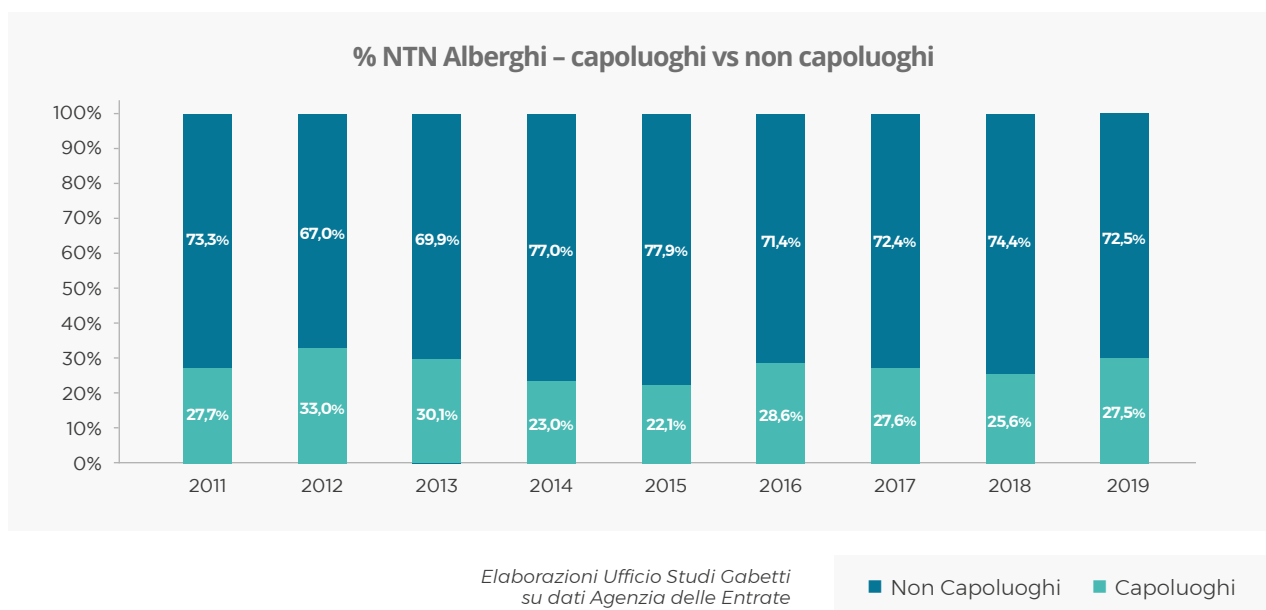
Nel confronto tra i dati relativi alle transazioni rilevate nelle città capoluogo di Provincia ed in quelle non capoluogo, emerge un andamento caratterizzato da variazioni meno sensibili per le città capoluogo, a fronte di un numero complessivo di transazioni inferiore.

Anche nel 2019 continua la crescita del numero di transazioni nelle città non capoluogo (+21% per un totale di 565 NTN), mentre le città capoluogo hanno segnato un significativo aumento del +32,9% rispetto al 2018, per un totale di 214 NTN.



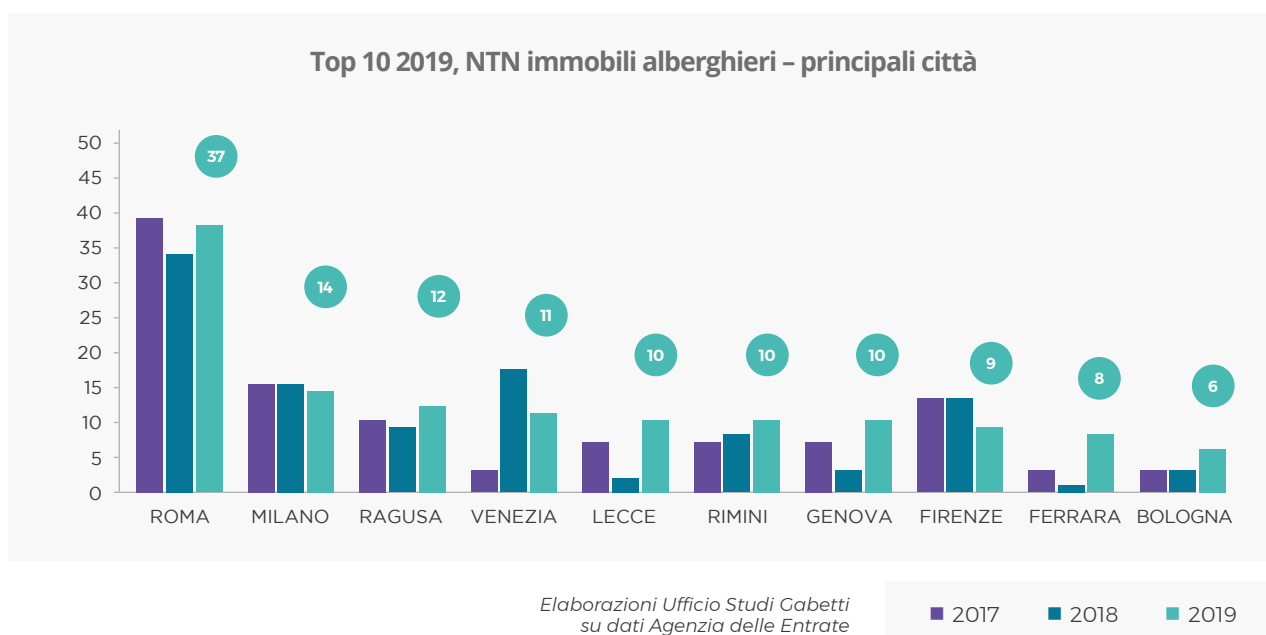
Mediamente le città capoluogo, nel periodo preso in esame, hanno pesato per il 27,5% del totale delle transazioni alberghiere, con una quota superiore alla media nel periodo 2011-2013 e nel 2016-2017.

Seppure entrambe le categorie abbiano sofferto il periodo di crisi, le città non capoluogo sono state le prime a registrare variazioni positive fin dal 2013, mentre le città capoluogo hanno registrato performance significative solo nel periodo compreso tra il 2015 e il 2019, con una leggera flessione del 2018.

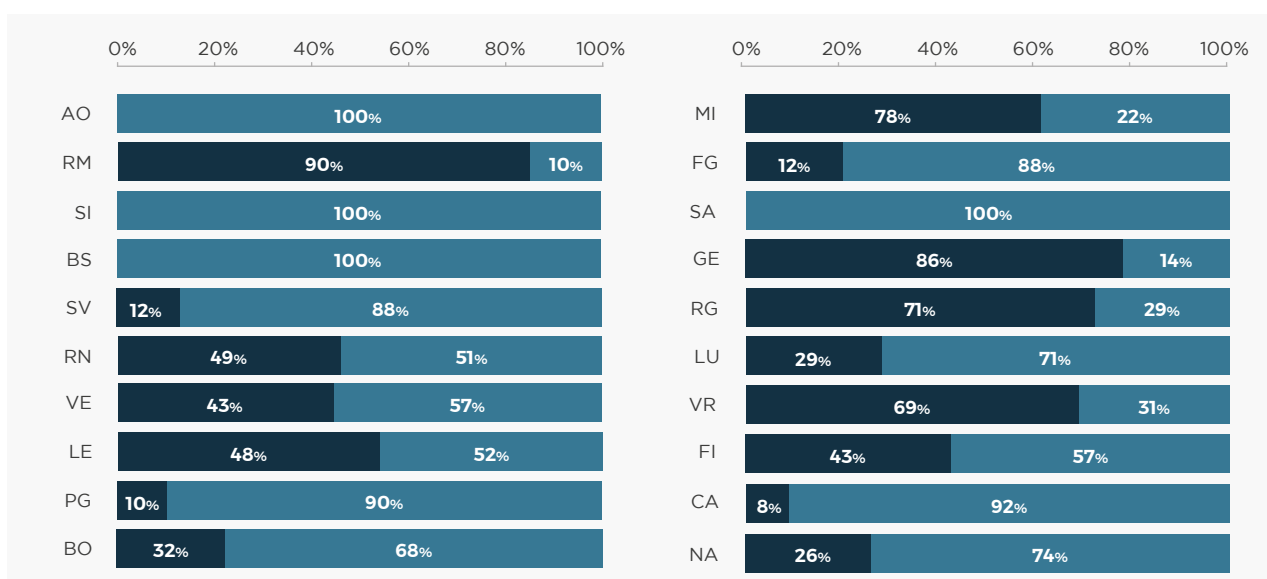
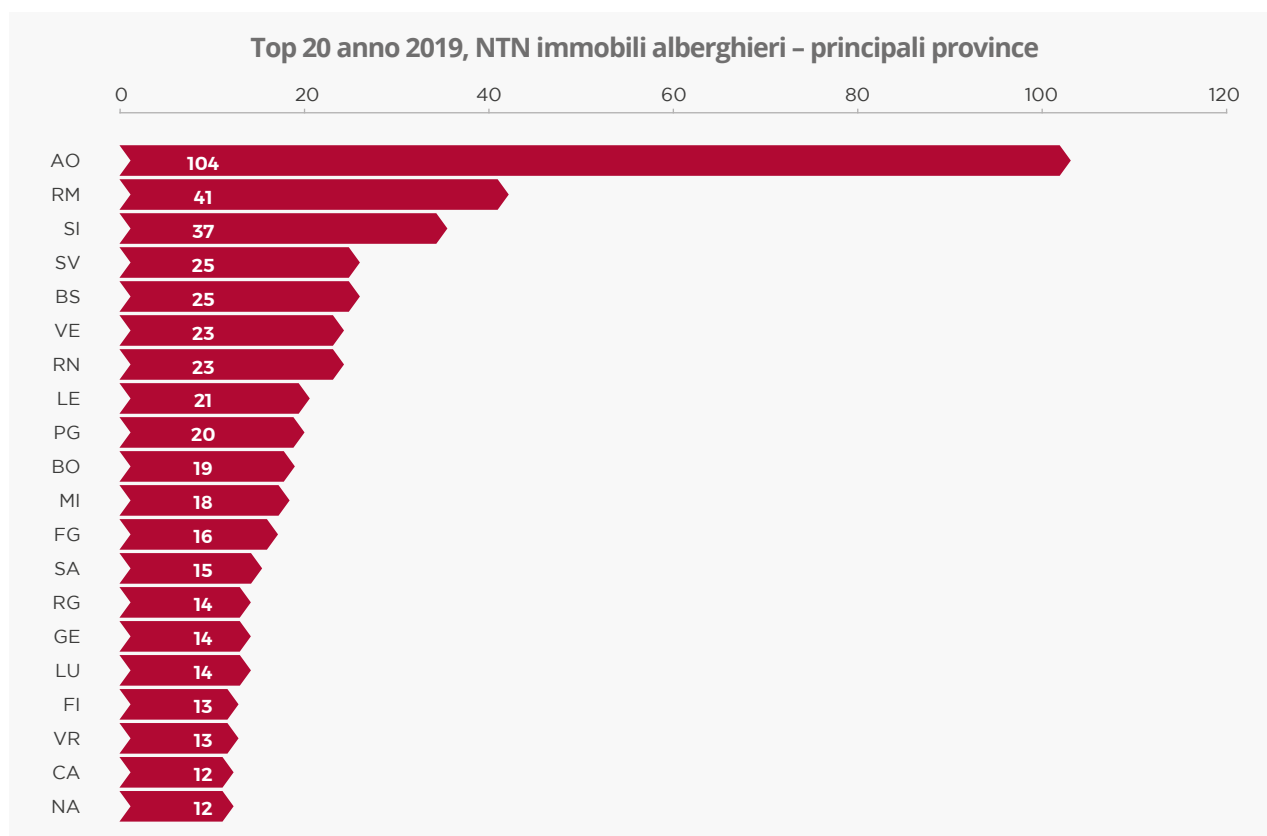


Tra le principali città italiane per numero di transazioni NTN di immobili alberghieri nel 2019, Roma risulta al primo posto, per un totale di 37 transazioni, seguita da Milano (14), Ragusa (12) e Venezia (11).

Ferrara, Lecce e Genova hanno registrato un anno particolarmente positivo per il comparto. Per quanto riguarda Bologna ha registrato 6 transazioni nel 2019; a registrare gli stessi valori vi sono la città di Palermo, Torino e Verona.



Se invece consideriamo le principali province, al primo posto troviamo Aosta, con 104 transazioni, seguita da Roma (41) e Siena (37). Roma città rappresenta il 90% circa del totale delle transazioni della provincia, così come Genova città l'86% circa. La distribuzione delle transazioni risulta invece più equilibrata nella provincia di Rimini, con la città che rappresenta il 49% circa del totale, e Lecce città con il 48% del totale, Venezia città con il 43% del totale e Firenze città che rappresenta il 43% circa del totale delle transazioni. Mercato del resto della provincia particolarmente attivo su Aosta, grazie a una singola compravendita che ha interessato 79 unità, derivate da un frazionamento di una grande struttura, Siena, Brescia e Salerno (100%), Cagliari (92%) e Perugia (90%).



Elaborazioni Ufficio Studi Gabetti su dati Agenzia delle Entrate

■ NTN intera provincia 2019 ■ Capoluogo ■ Resto provincia

# IL CONTESTO TURISTICO E RICETTIVO INTERNAZIONALE NELL'ERA PRE-COVID

Questa seconda edizione 2020 del Report Alberghi viene pubblicata in una fase particolarmente complessa sia per l'Italia che per il resto del Mondo, a causa dell'emergenza sanitaria Covid-19. Il nostro Paese, che è stato colpito nella fase iniziale più duramente di altri, sta subendo notevoli conseguenze sul sistema economico e in particolar modo sul turismo, uno dei settori che ha maggiormente risentito delle azioni poste dai governi a tutela della salute dei cittadini. Nella convinzione che si tratti di una situazione temporanea, che potrebbe avere fine quando verrà individuato un vaccino o altra cura idonea a contenere la pandemia, nelle prossime pagine analizzeremo le dinamiche dell'economia turistica riferite al 2019 presentando una panoramica del comparto ricettivo in generale e di quello alberghiero, riferita al periodo pre-Covid. In conclusione mostreremo anche la situazione nel 2020 presentando le analisi più recenti degli specialisti del settore e le relative previsioni. Un'analisi più circostanziata delle conseguenze della pandemia sul settore ed in particolare sugli investimenti verrà realizzata in una delle prossime pubblicazioni.

Lo scenario economico nel 2019 evidenziava un'economia mondiale in rallentamento sia in Europa che in Asia che aveva determinato un leggero calo delle performance del turismo mondiale: gli arrivi internazionali nel mondo erano stati 1.462 milioni, in crescita del 3,8% rispetto al 2018, che si era chiuso con una delle migliori performance della storia pari al +5,6% sull'anno precedente. Tale "contrazione della crescita" era stata rilevata anche in Europa (+3,7% contro un +5,8% dell'anno prima), in particolare nell'area Mediterranea (+5,5% contro il 7,8%) ed ovviamente anche in Italia (+3,1% contro un +6,7%) ma senza troppe ripercussioni sulle nostre entrate turistiche che erano comunque cresciute del 6,2% in linea con l'incremento registrato nel 2018. (Fonte UNWTO).

## IL VALORE AGGIUNTO DEL SETTORE TURISTICO

Nel 2019 sono stati ancora gli Stati Uniti a primeggiare per valore aggiunto del settore turistico alla propria economia con 1.839 miliardi di dollari, seguiti dalla Cina con 1.585 miliardi di dollari. A grande distanza seguono il Giappone (359) e la Germania (347) l'Italia si pone al quinto posto con 260 miliardi di dollari davanti a Regno Unito (254), Francia (229) ed alla Spagna (198). (Fonte WTTC dati del 2019).

Il valore aggiunto rappresenta la misura più ampia del contributo economico del settore viaggi e turismo che include fornitori di viaggi e turismo, investimenti legati al turismo, spesa pubblica turistica ed esportazione di merci collegate al turismo, tutti diretti ed indiretti.

## L'OFFERTA RICETTIVA NEL MONDO

L'offerta turistica mondiale è rappresentata da oltre 185.000 alberghi (con almeno 10 camere) per oltre 17 milioni di camere ed è cresciuta di quasi il 18% negli ultimi 10 anni (Fonte STR Global; dati del 2018); questo numero potrebbe essere incrementato se si aggiungessero anche le piccole strutture gestite a livello familiare, che spesso sfuggono alle rilevazioni. A dominare la scena della ricettività mondiale sono infatti le grandi compagnie alberghiere internazionali che fungono ormai più da distributori di servizi che da gestori veri e propri, utilizzando per lo più la formula del franchising. Tra le prime 10 Compagnie per numero di camere, 5 sono statunitensi (Marriott, Hilton, IHG, Wyndham e Choice), 3 sono cinesi (Jin Jang, Huazhu e BTG), 1 Indiana (OYO) ed una francese (Accor); in totale rappresentano più della metà delle camere totali. Quasi tutti i principali gruppi alberghieri come ad esempio Marriott, IHG, Wyndham o Accor sono multibrand, di fatto degli agglomerati di Compagnie alberghiere; Accor ne ha 42, Marriott 31, Wyndham 19, Hilton 18 e IHG 16. Tra i brands è Holiday Inn il marchio più diffuso con oltre 5.000 alberghi nel Mondo; la compagnia che gestisce più alberghi con il proprio brand è la cinese Huazhu (4.500), quella con più alberghi in franchising è

Wyndham (quasi 9.000) e quella più diffusa Marriott, presente in 135 Paesi nel Mondo. Le uniche due compagnie Italiane presenti tra le prime 300 sono Una Hotels (241° posto, 37 alberghi per 5.000 camere) e Starhotels (274° posto, 30 alberghi per 4.286 camere), una dimensione minima se confrontate con Marriott (prima con 7.163 alberghi e 1.348.532 camere).

### **L'OFFERTA RICETTIVA EUROPEA**

L'offerta turistica Europea è molto ampia e caratterizzata da varie forme di ospitalità con l'Italia che ne rappresenta il vertice; cresce in generale per numero di posti letto, ma calano un po' ovunque il numero di alberghi, passati da circa 205 mila a poco più di 200 mila nell'ultimo decennio (2009-2019) anche se nel medesimo periodo le camere sono cresciute da 6,15 milioni a 6,8 milioni (Fonte Eurostat-dati 2019). Il Gruppo alberghiero più importante è la francese Accor con oltre 1.500 alberghi in Francia ed altri 900 nel resto d'Europa, ma è la Spagna che vanta la maggior concentrazione di compagnie alberghiere (un terzo del totale degli alberghi spagnoli fanno capo alle varie Melia, NH Hoteles, Barcelò, Catalonia, RIU ed Iberostar); in Spagna c'è anche il più grande Consorzi di alberghi indipendenti al Mondo, Hotusa, che vanta ben oltre 3.000 alberghi affiliati per oltre 300.000 camere.

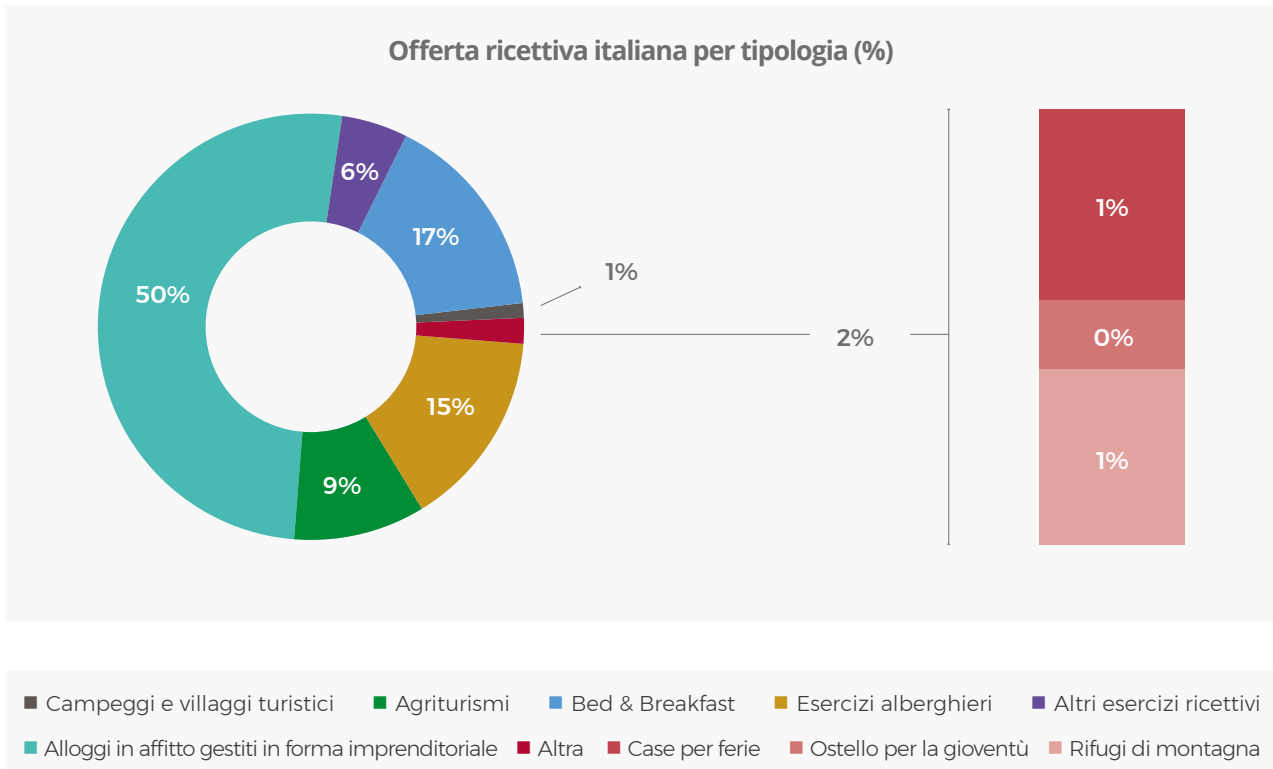
In Europa, nel 2017, i residenti dell'Unione hanno effettuato oltre 1,3 miliardi di viaggi con pernottamenti che hanno generato oltre 6,4 miliardi di presenze e di conseguenza la permanenza media è di 5,1 notti; di questi pernottamenti l'82% sono per vacanza (o altri motivi personali) ed il 18% per affari.

Il Regno Unito vanta il maggior numero di presenze nelle strutture ricettive (476 milioni nel 2016), seguita dalla Spagna (467), Francia (443), Italia (429) e Germania (419). (Fonte Eurostat dati del 2018); il mezzo di trasporto più utilizzato è l'auto (64%) seguita dall'aereo (17%). Chi viaggia di più sono i Tedeschi (243 mila viaggi) ed i Francesi (220 mila), seguiti da Inglesi (160 mila) e Spagnoli (152 mila). Gli Italiani che hanno viaggiato sono stati "solo" 56 mila, superati anche da Svedesi (59 mila) e Polacchi (57 mila). Tedeschi ed Inglesi viaggiano più all'estero (rispettivamente il 62% ed il 67%, mentre Francesi e Spagnoli più nei loro Paesi (87% e 90%) (Fonte: dati Eurostat 2017).



# L'OFFERTA RICETTIVA ITALIANA\*

L'offerta ricettiva Italiana è la più ampia in Europa nonché la più variegata e diversificata al Mondo vantando oltre 218.000 esercizi di varia forma e dimensione per un totale di 5,2 milioni di posti letto e comprende oltre agli alberghi anche gli Aparthotel (Residence o Residenze Turistiche Alberghiere) e tutti gli esercizi extra alberghieri quali gli alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale (50% del totale), i bed and breakfast (17%), gli agriturismi (9%), i campeggi e villaggi turistici, le case per ferie, gli ostelli per la gioventù ed i rifugi di montagna (circa il 3% del totale).



\*dati ISTAT ufficiali disponibili aggiornati al 31/12/2019; pubblicato nel mese di Luglio 2020.

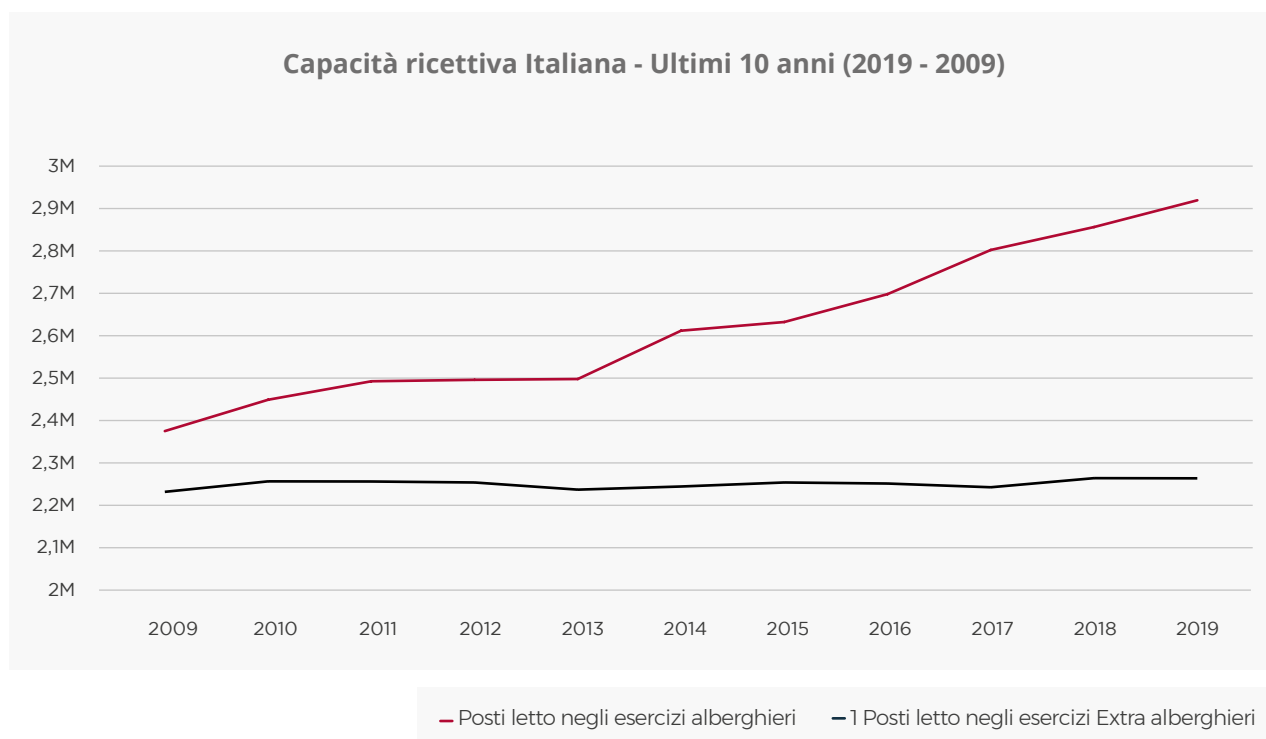
In questo contesto gli alberghi veri e propri sono poco meno di 30.000, pari a circa il 15% del totale ma con oltre 2 milioni di posti letto rappresentano il 40% dell'offerta ricettiva nazionale.

La tendenza storica indica che nell'ultimo decennio c'è stato un cambiamento significativo nella composizione dell'offerta ricettiva: in particolare hanno avuto una crescita le tipologie alternative all'albergo tradizionale (agriturismi, bed&breakfast, alloggi privati per affitti brevi), che salvo rare eccezioni, hanno costi di gestione e procedure amministrative decisamente più bassi rispetto alle strutture tradizionali.

Tra il 2008 e il 2019 tutte le tipologie di esercizi extra alberghieri hanno infatti segnato un incremento del numero di strutture, per un saldo attivo di quasi 79.500 esercizi (per lo più alloggi in affitto) e circa 470.000 posti letto (+19%); cala invece nel medesimo periodo il numero degli alberghi (-4%) ma aumenta il numero delle camere (+1%) con conseguente aumento della dimensione media delle strutture a beneficio della competitività economica della gestione degli stessi.

L'economia di scala sarà uno dei fattori che caratterizzeranno l'evoluzione del comparto nei prossimi

mi anni, dal punto di vista delle dimensioni delle strutture individuali, a beneficio di quelle più ampie, si attraverso l'accorpamento di più strutture alberghiere. Questo può avvenire sotto un unico brand, nella configurazione di Compagnie alberghiera, sia attraverso gestori specializzati cosiddetti "unbranded", che puntano ad adottare più marchi per gestire le proprie strutture.



La riduzione del numero di alberghi va **infatti** riferita **solo a quelli di categoria 1 e 2 stelle**, mentre, al contrario, **aumentano in modo significativo** quelli di fascia più elevata, a **4 e 5 stelle**, rispettivamente in crescita del 31% e del 76% nell'ultimo decennio.

Tra le strutture extra-alberghiere si segnala la **crescita dei bed and breakfast**, raddoppiati tra il 2008 ed il 2019 e gli **agriturismi**, +30% nel medesimo periodo. La tipologia ricettiva che però è cresciuta maggiormente negli ultimi anni sono gli **alloggi ad uso turistico**, sia quelli ufficiali (gestiti in forma imprenditoriale) che quelli privati offerti in short-rent, un fenomeno derivato grazie allo sviluppo di portali online dedicati, come booking.com, che favoriscono la prenotazione di tali soluzioni; in questo specifico segmento si stanno sperimentando soluzioni di alta gamma che stanno incontrando notevole successo sul mercato, in quanto rappresentano una efficace risposta alle esigenze del nuovo turista sia esso business che vacanziero.

Anche la domanda di **turismo all'aria aperta** si sta modificando molto velocemente; così come negli anni passati abbiamo assistito all'evoluzione degli agriturismo, ora sono i campings ad evolversi, diventando in alcuni casi simili a dei Resort con strutture centrali di notevole qualità; le vecchie piazzole per tende e roulotte in questi casi vengono sostituite con quelle per caravan privati ed altre attrezzate con tende fisse con servizi privati, bungalow in legno con verande, motorhome stanziali. Questa tendenza fa dei vecchi campeggi delle soluzioni sempre più simili ai vecchi villaggi turistici eco-sostenibili (simili ai primi Club-Med) degli anni 70/80 che oggi stanno tornando di grande at-

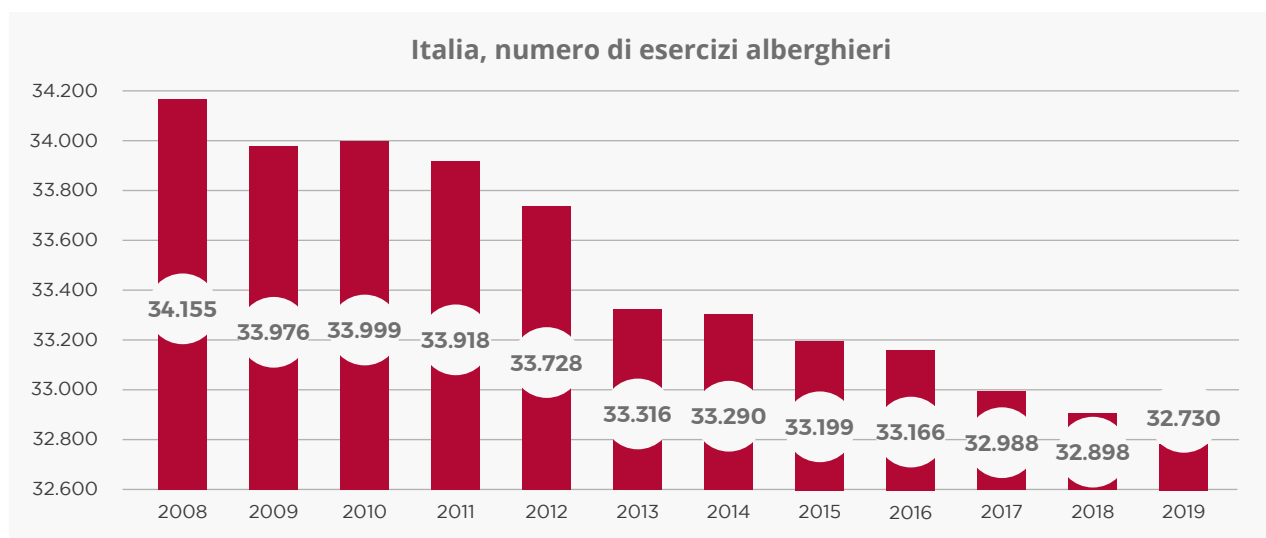
tualità per la progressiva tendenza della domanda a prediligere un turismo di stampo ecologico a contatto della natura; la possibilità di realizzare tali strutture poco invadenti per l'ambiente permette infatti di ubicarli in luoghi impensabili per un albergo classico e ciò in molti casi fa la differenza.

TIPOLOGIA	Esercizi alberghieri			Posti letto		
	2019	2008	Diff. 2019/2008	2019	2008	DIFF. 2019/2008
<b>ESERCIZI ALBERGHIERI</b>	<b>32.730</b>	<b>34.155</b>	<b>-1.425</b>	<b>2.260.490</b>	<b>2.201.838</b>	<b>58.652</b>
★	2.597	4.299	-1.702	61.535	56.208	5.327
★★	5.451	7.196	-1.745	171.735	635.901	-464.166
★★★	15.128	15.160	-32	917.786	974.995	-57.209
★★★★	6.074	4.623	1.451	816.984	234.330	582.654
★★★★★ e lusso	554	315	239	84.913	101.152	-16.239
residenze turistico alberghiere	2.926	2.562	364	207.537	199.252	8.285
<b>ESERCIZI EXTRA ALBERGHIERI</b>	<b>185.597</b>	<b>106.108</b>	<b>79.489</b>	<b>2.915.313</b>	<b>2.447.212</b>	<b>468.101</b>
agriturismi	20.149	15.465	4.684	277.112	1360.935	-1.083.823
alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale	109.111	66.000	43.111	831.507	602.800	228.707
altri esercizi ricettivi n.a.c.	13.224	310	12.914	86.951	191.099	-104.148
bed and breakfast	36.210	18.189	18.021	192.144	24.979	167.165
campeggi e villaggi turistici	2.616	2.595	21	1.322.467	125.850	1.196.617
case per ferie	2.402	2.129	273	128.992	31.389	97.603
ostelli per la gioventù	685	427	258	38.094	16.616	21.478
rifugi di montagna	1.200	993	207	38.046	93.544	-55.498
<b>Totale complessivo</b>	<b>218.327</b>	<b>140.263</b>	<b>78.064</b>	<b>5.175.803</b>	<b>4.649.050</b>	<b>526.753</b>

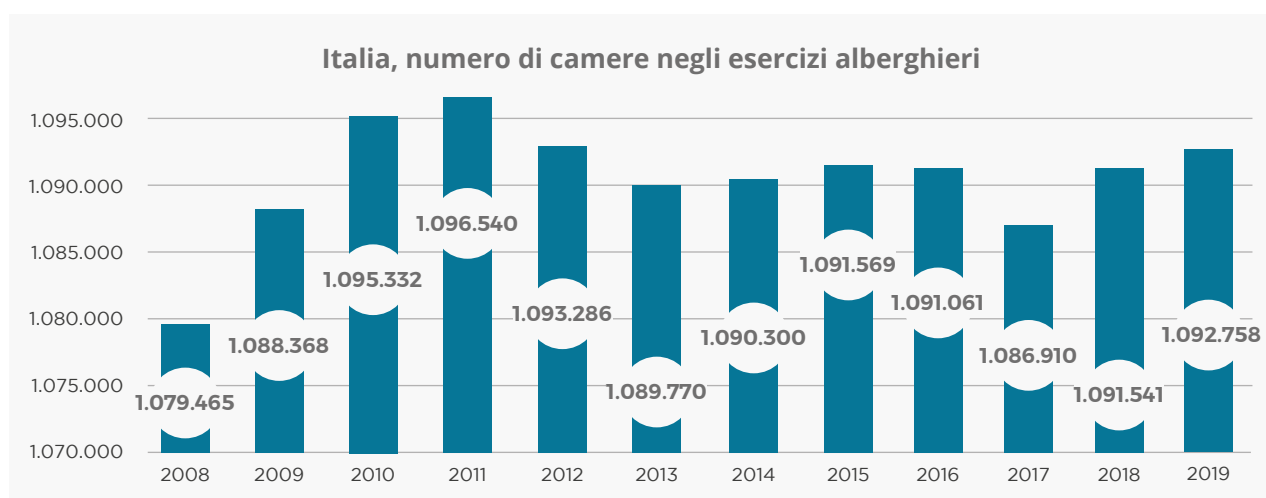
# GLI ESERCIZI ALBERGHIERI IN ITALIA

## DATI NAZIONALI E CONTESTO EUROPEO - NUMERO DI ESERCIZI E CAMERE

Secondo i dati Istat/Eurostat, nel 2019 in Italia erano operativi **32.730** Esercizi Alberghieri (Alberghi e Residenze Turistico Alberghiere), in lieve calo rispetto al 2018 (-0,5%), per un totale di **2.260.490 posti letto, dato sostanzialmente stabile**. Il numero degli esercizi alberghieri in Italia è in calo fin dagli anni '80 quando erano oltre 42.000 per quantità, ma con sole 900.000 camere e 1.600.000 posti letto; a calare sono però solo le strutture ad 1 e 2 stelle, mentre cresce l'offerta di qualità superiore.

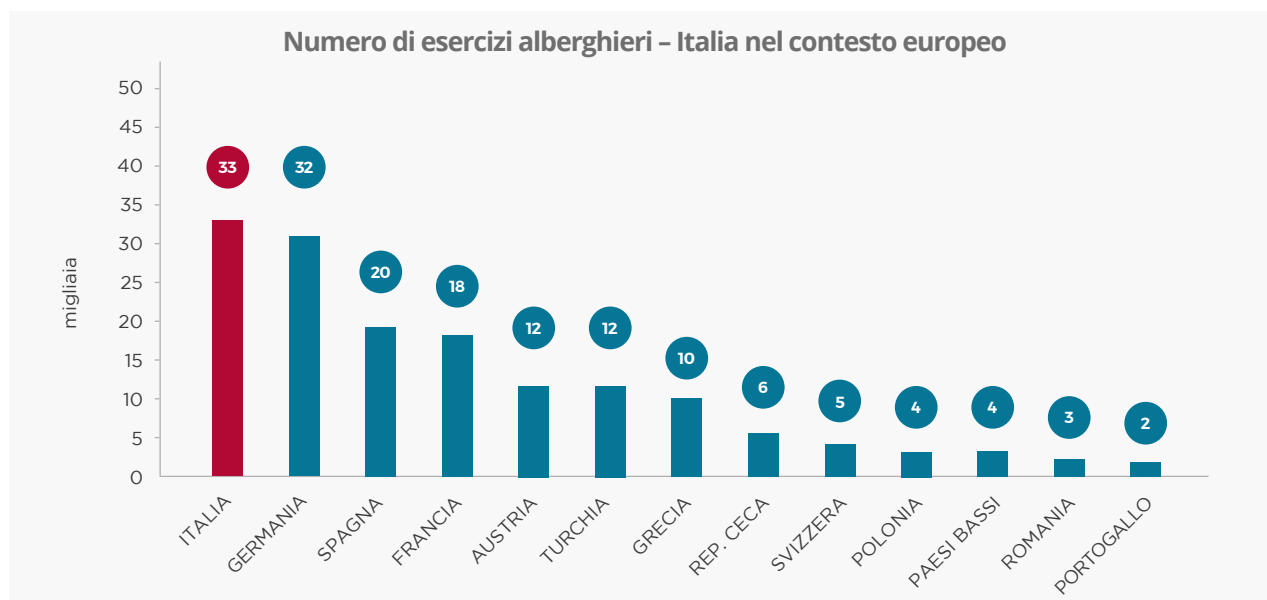


Il **numero di camere** negli esercizi alberghieri nel 2019 è stato pari a **1.092.758**, in aumento dello 0,1% rispetto al 2018. Nell'ultimo decennio il numero di camere ha avuto un andamento altalenante, essendo aumentato tra il 2007 e il 2011, per poi diminuire come conseguenza del calo della domanda dovuta alla crisi economica internazionale dei sub-prime, per poi crescere nuovamente, seppure in maniera lieve, tra il 2014 ed il 2019; ciò sembra indicare una situazione tendente alla sostanziale stabilizzazione dell'offerta in termini quantitativi, soggetta ormai da un decennio solo a variazioni minime.



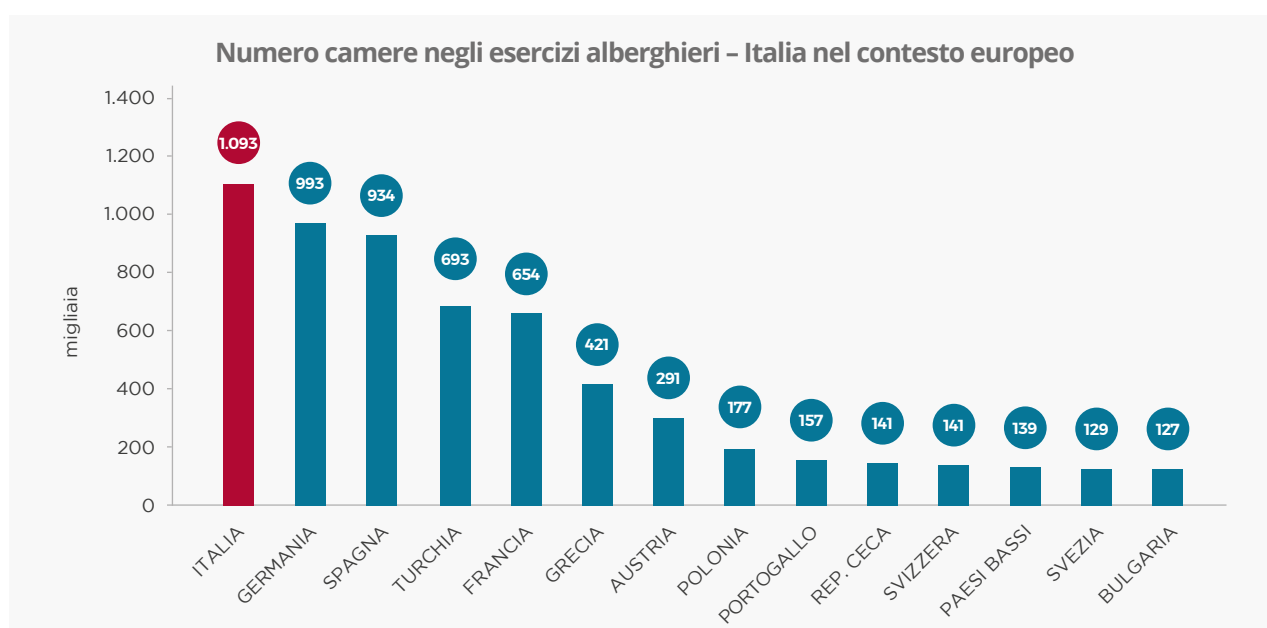
Elaborazioni Ufficio Studi Gabetti su dati Istat

Come già detto, pur se in presenza di poche variazioni in termini numerici, è la qualità dell'offerta a modificarsi sensibilmente verso l'alto, il combinato fra numero di esercizi in calo e numero di camere disponibili in crescita eleva il numero di camere media per struttura dalle 21 degli anni '80 alle 33 camere di oggi; tale aumento, come vedremo più in dettaglio nel seguito, va però ascritto non tanto all'aumento della dimensione media delle strutture ricettive, sostanzialmente costante, quanto al processo di sostituzione di alberghi piccoli ad 1 e 2 stelle con alberghi più grandi a 4 e 5 stelle.



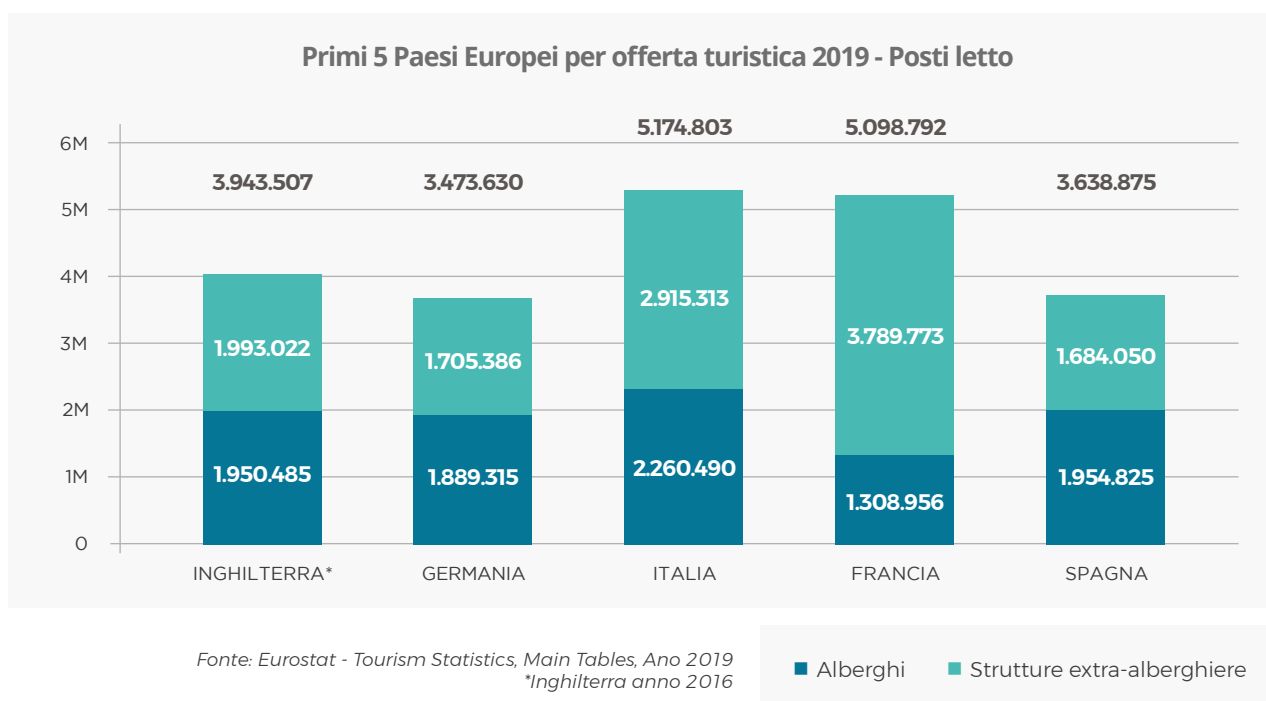
*Elaborazioni Ufficio Studi Gabetti su dati Eurostat  
\*dati Regno Unito e Irlanda non inclusi poiché datati al 2016; dati Grecia e Turchia riferiti al 2018*

**L'Italia nel 2019 era leader in Europa sia per numero di strutture che di camere negli esercizi ricettivi** sostanzialmente pari alla Francia, rappresentando oltre il 15% del totale dell'offerta europea, pari a oltre 215 mila strutture (32% del totale); l'offerta complessiva in ambito ricettivo, considerando anche il comparto extra-alberghiero, si attesta infatti a circa 658 mila unità. Nel loro insieme, i principali 4 paesi rappresentano quasi il 50% dello stock complessivo europeo.



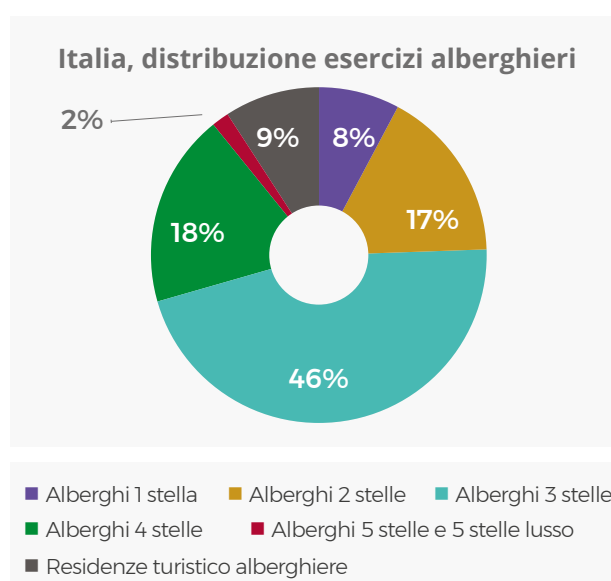
*Elaborazioni Ufficio Studi Gabetti su dati Eurostat  
\*dati Regno Unito e Irlanda non inclusi perché riferiti al 2016; dati Grecia, Svizzera e Turchia al 2018.*

La composizione dell'offerta nelle principali destinazioni europee è però molto diversa fra paese e paese e ciò è determinato dalla diversa evoluzione turistica che ne ha caratterizzato il passato sia remoto che più recente. Tra i primi 5 paesi più importanti ad esempio, è la Germania ad avere una struttura dell'offerta alberghiera più simile all'Italia, essendo ugualmente caratterizzata da una domanda domestica piuttosto consistente. Francia e Spagna invece hanno caratteristiche diverse sia a causa di criteri di classificazione dell'offerta non omogenei rispetto a quella Italiana sia nella composizione stessa dovuta ad una consistente concentrazione di alberghi sotto un'unica gestione. In Francia, Accor (tra i leader al Mondo) domina da molto tempo, mentre in Spagna sono sorte negli ultimi decenni alcune tra le Compagnie Alberghiere più dinamiche ed orientate allo sviluppo in Europa più che in centro-sud America, che hanno trovato in Italia spazio e terreno fertile di sviluppo.



## DISTRIBUZIONE DEGLI ESERCIZI ALBERGHIERI IN ITALIA PER CATEGORIA

La distribuzione degli esercizi alberghieri in Italia è caratterizzata da una netta **prevalenza di alberghi a 3 stelle**, che rappresentano circa il **46%** del totale esercizi ed il 41% dei posti letto, con un numero medio di camere per esercizio pari a 30, seguiti dagli alberghi a **4 stelle** (18% del totale e 36% dei posti letto) per una media di 64 camere a esercizio, da quelli a **2 stelle** (17% del totale e 8% dei posti letto) per una media di 17 camere a esercizio. Volumi simili per gli alberghi a **1 stella e le Residenze Turistico Alberghiere** (rispettivamente 8 e 9% del totale). Rappresentano ancora una quota minoritaria **gli alberghi 5 stelle e 5 stelle lusso**, il 2% per numero ma il 4% per posti letto con una media di 70 camere a esercizio, **ma sono la categoria negli ultimi anni è cresciuta maggiormente.**



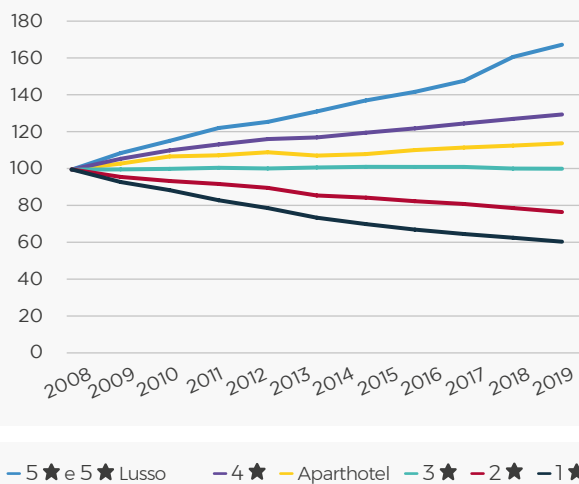
### Numero esercizi alberghieri per anno e categoria



■ Alberghi 1 stella   
 ■ Alberghi 2 stelle   
 ■ Alberghi 3 stelle   
 ■ Alberghi 4 stelle   
 ■ Alberghi 5 stelle e 5 stelle lusso  
■ Residenze turistico alberghiere

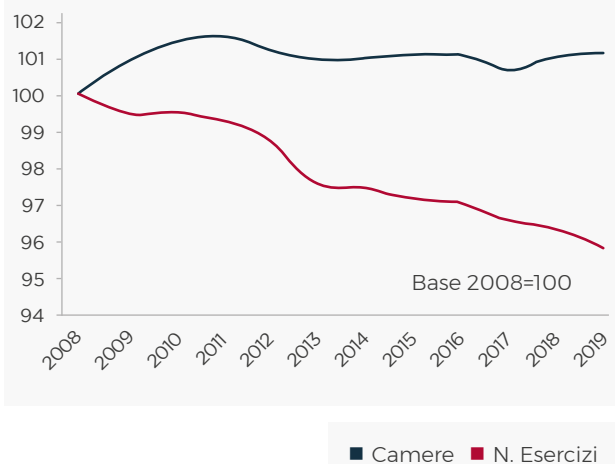
Elaborazioni Ufficio Studi Gabetti su dati Istat

### Trend esercizi per tipologia (base 200=100)



Elaborazioni Ufficio Studi Gabetti su dati Istat

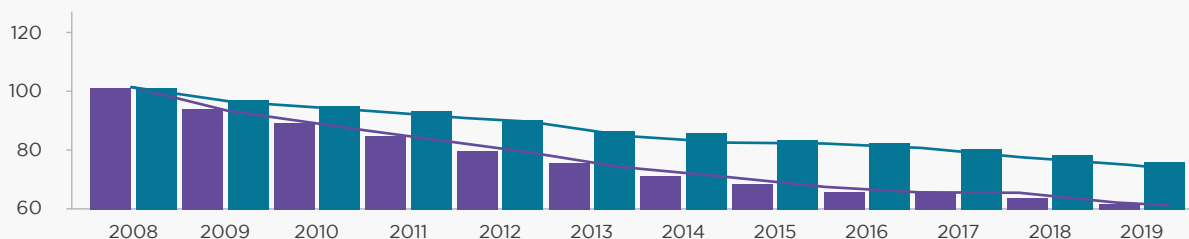
### Italia, n° camere vs n° esercizi alberghieri



Elaborazioni Ufficio Studi Gabetti su dati Istat

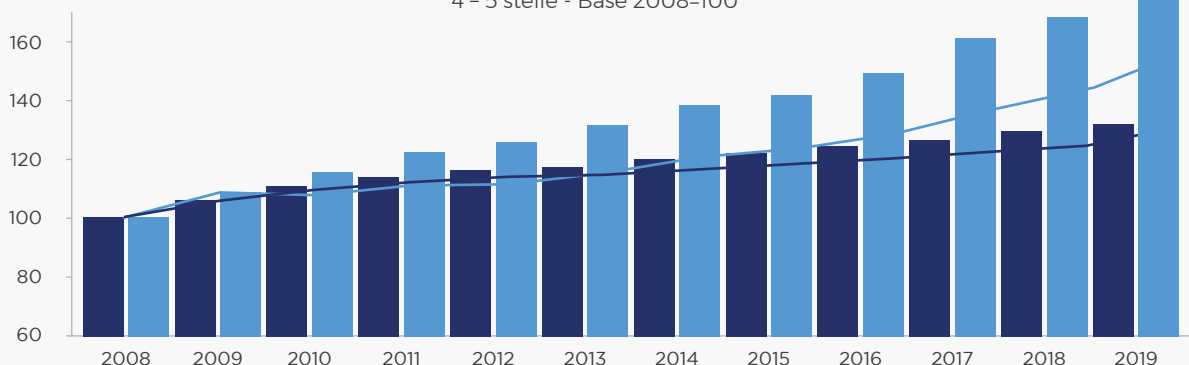
### Italia, n° camere vs n° esercizi alberghieri

1-2 stelle - Base 2008=100



### Rapporto n° camere / esercizi alberghieri

4 - 5 stelle - Base 2008=100

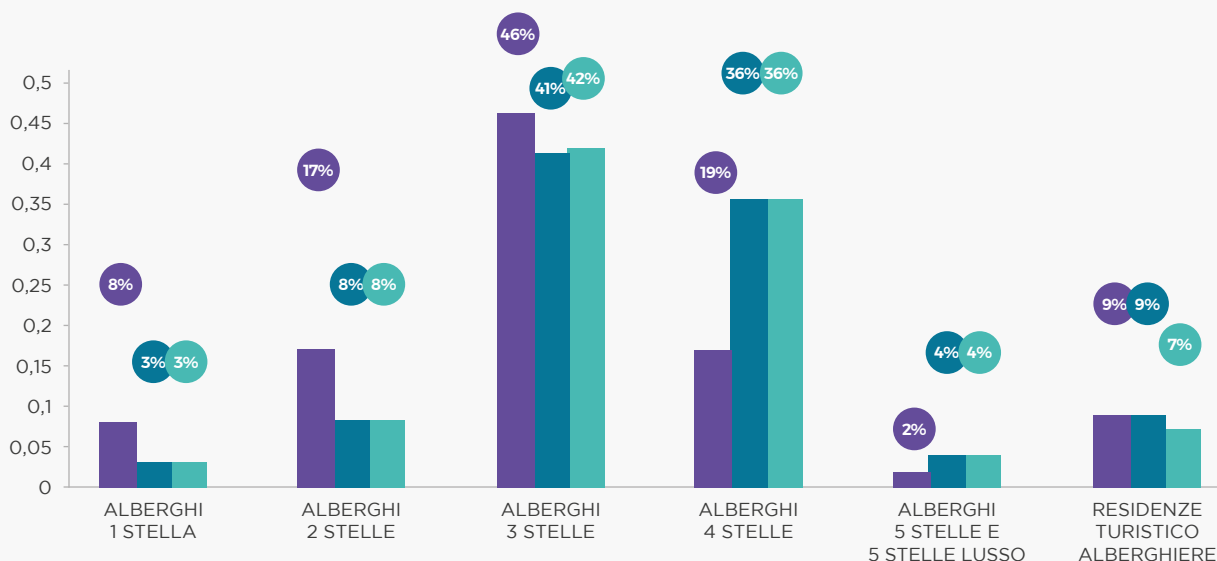


- N. alberghi 1 stella   ■ N. alberghi 2 stelle   ■ Camere alberghi 1 stella   ■ Camere alberghi 2 stelle
- N. alberghi 4 stelle   ■ N. alberghi 5 stelle e 5 stelle lusso   ■ Camere alberghi 4 stelle   ■ Camere alberghi 5 stelle e 5 stelle lusso

Elaborazioni Ufficio Studi Gabetti su dati Istat

### Italia, peso % e variazione n° camere e n° esercizi alberghieri per categoria di esercizio

Anno 2019 - % sul totale



Elaborazioni Ufficio Studi Gabetti su dati Istat

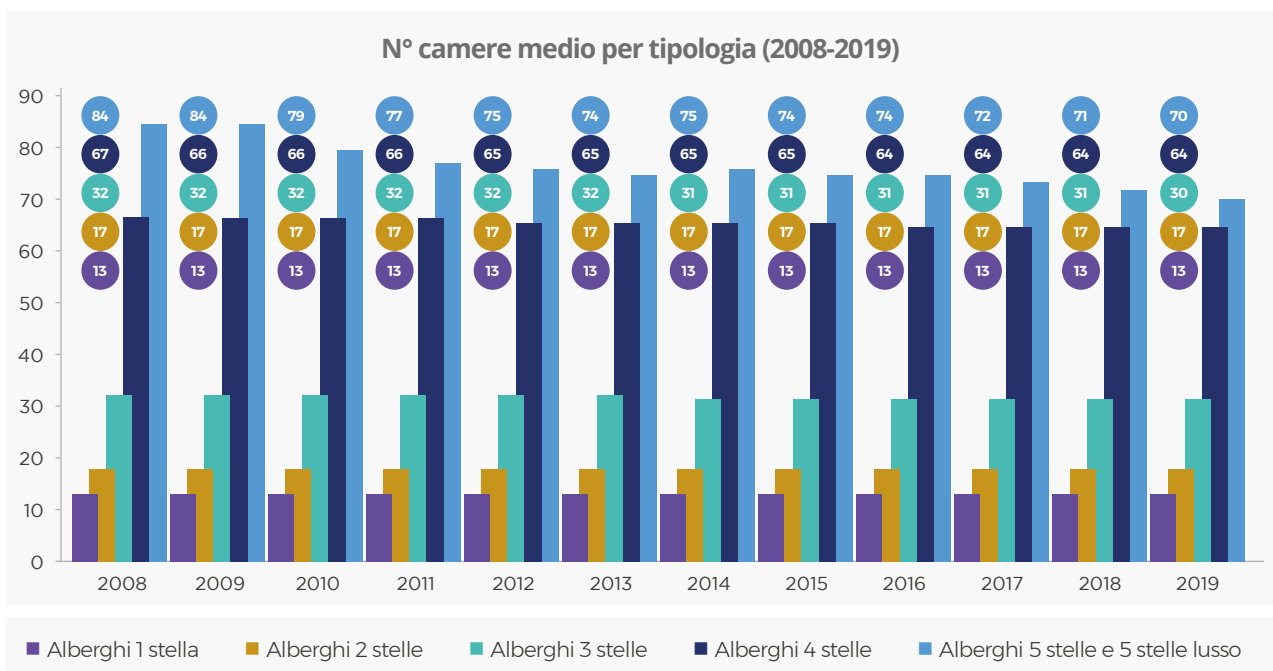
- Numero di esercizi   ■ Posti letto   ■ Camere



TIPOLOGIA ESERCIZIO	VARIAZ. 2019/2008	
	N° ESERCIZI	N° CAMERE
★	-40%	-39%
★★	-24%	-27%
★★★	0%	-6%
★★★★	31%	26%
★★★★★ e lusso	76%	47%
residenze turistico alberghiere	14%	5%

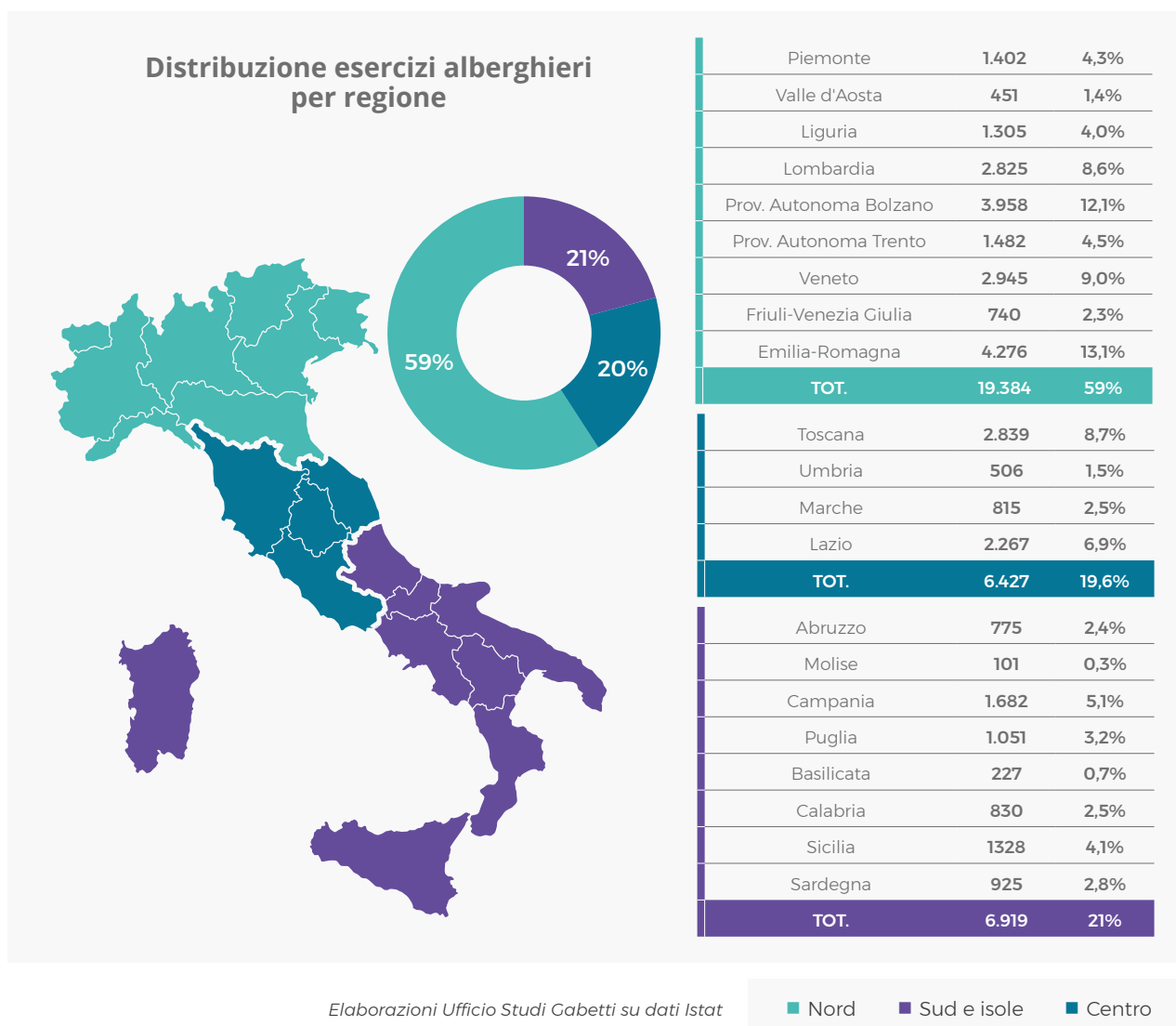
Come anticipato la crescita della dimensione media degli alberghi Italiani dipende dalla sostituzione di piccoli alberghi di fascia bassa con altri più grandi di fascia superiore che comunque, per dimensione media, tendono a calare; dall'analisi del **numero di camere medio per tipologia**, tra il 2008 e il 2019, emerge infatti che **gli esercizi di fascia alta sono in deciso aumento per numero di strutture e camere**, +47% gli alberghi a 5 stelle e +26% gli alberghi a 4 stelle, ma la loro dimensione media è lievemente calata: per gli alberghi a 4 stelle nel periodo si è passati da 67 a 64 camere per unità e per **gli hotel a 5 stelle e 5 lusso**, da 84 a 70; ciò è giustificato dalla domanda in aumento per queste tipologie che ha indotto svariate strutture a 3 e 4 stelle a crescere di categoria diminuendo il numero di camere (ampliandole come dimensione), mentre nello stesso periodo molti investitori hanno sviluppato nuove proposte di piccole dimensioni nei centri storici delle principali città dove è più complesso realizzare strutture di grandi dimensioni, spesso elevando la categoria di alberghi esistenti; la domanda (soprattutto quella straniera) infatti tende a privilegiare sistemazioni di qualità nei centri cittadini.

Sostanzialmente stabili per numero le strutture a 3 stelle (ma cala il numero di camere -5,9% rispetto al 2008), che per quelli di fascia più bassa; in particolare la dimensione delle tipologie di esercizi alberghieri ad 1 e 2 stelle in media rispettivamente è di 13 e 17 camere, mentre quelli a 3 stelle son passati da 32 a 31 camere. Questo calo è fisiologico in quanto questa tipologia di alberghi viene sostituita nelle preferenze della domanda da altre tipologie ricettive come i B&B e gli appartamenti ad uso turistico; crescono infatti le Residenze Turistico Alberghiere ma con un numero di camere medio in diminuzione in quanto la richiesta cresce per appartamenti piccoli ed economici privati gestiti in forma imprenditoriale.



Elaborazioni Ufficio Studi Gabetti su dati Istat

## DISTRIBUZIONE DEGLI ESERCIZI ALBERGHIERI IN ITALIA PER AREA GEOGRAFICA

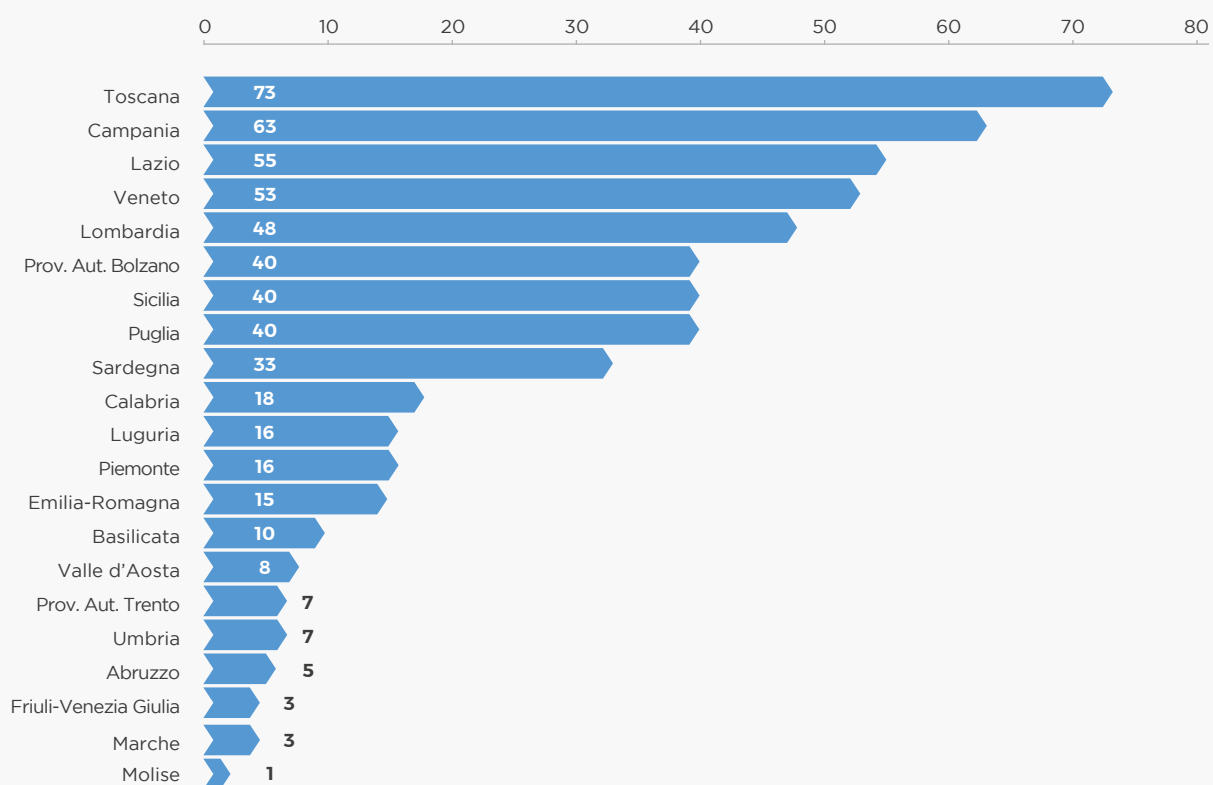


La distribuzione degli esercizi alberghieri per area geografica, evidenzia come **il 59% del totale sia concentrato nel Nord Italia**, seguito dal Sud e Isole (21%) e dal Centro (20%).

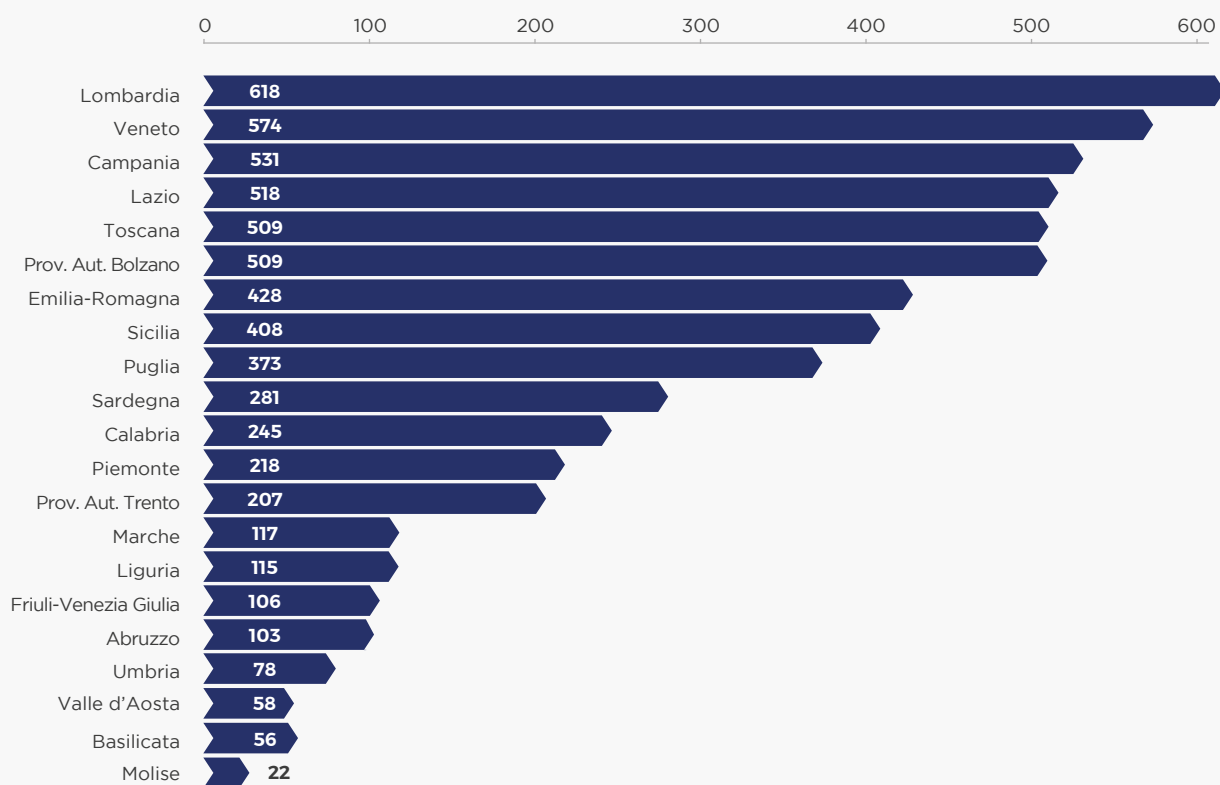
La regione che presenta il numero maggiore di esercizi è il **Trentino Alto Adige**, che, sommando i dati relativi alle province autonome di Trento e Bolzano, nel suo insieme raggiunge 5.440 esercizi e rappresenta quasi il 17% del totale nazionale con più di 244 mila posti letto. Segue l'**Emilia Romagna**, con il 13% del totale dell'offerta italiana, che con 4.276 esercizi vanta il primato di posti letto (circa 289 mila). Il Veneto si attesta su un totale di 2.945 unità, la Toscana, 2.839 unità, la Lombardia (2.825 unità), mentre il Lazio (2.267) e la Campania (1.682 unità) confermano il primato rispettivamente nell'area Centro e Sud.

La classifica per tipologia presenta però una fotografia diversa, con la Lombardia al primo posto per numero di esercizi alberghieri a 4 stelle, per un totale di 618 esercizi, seguita da Veneto, Campania e Lazio, mentre il primato per la categoria 5 stelle spetta alla Toscana (73 esercizi), seguita da Campania, Lazio e Veneto.

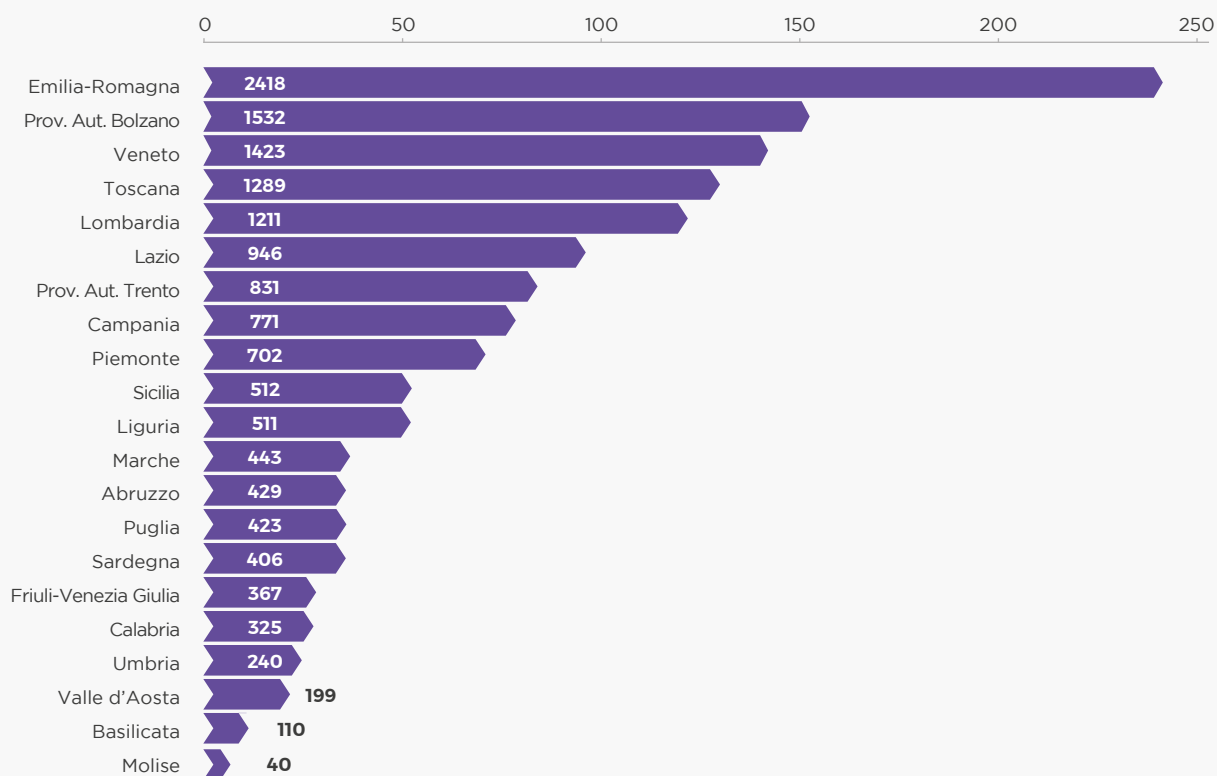
## Classifica regioni per n° esercizi (5 stelle)



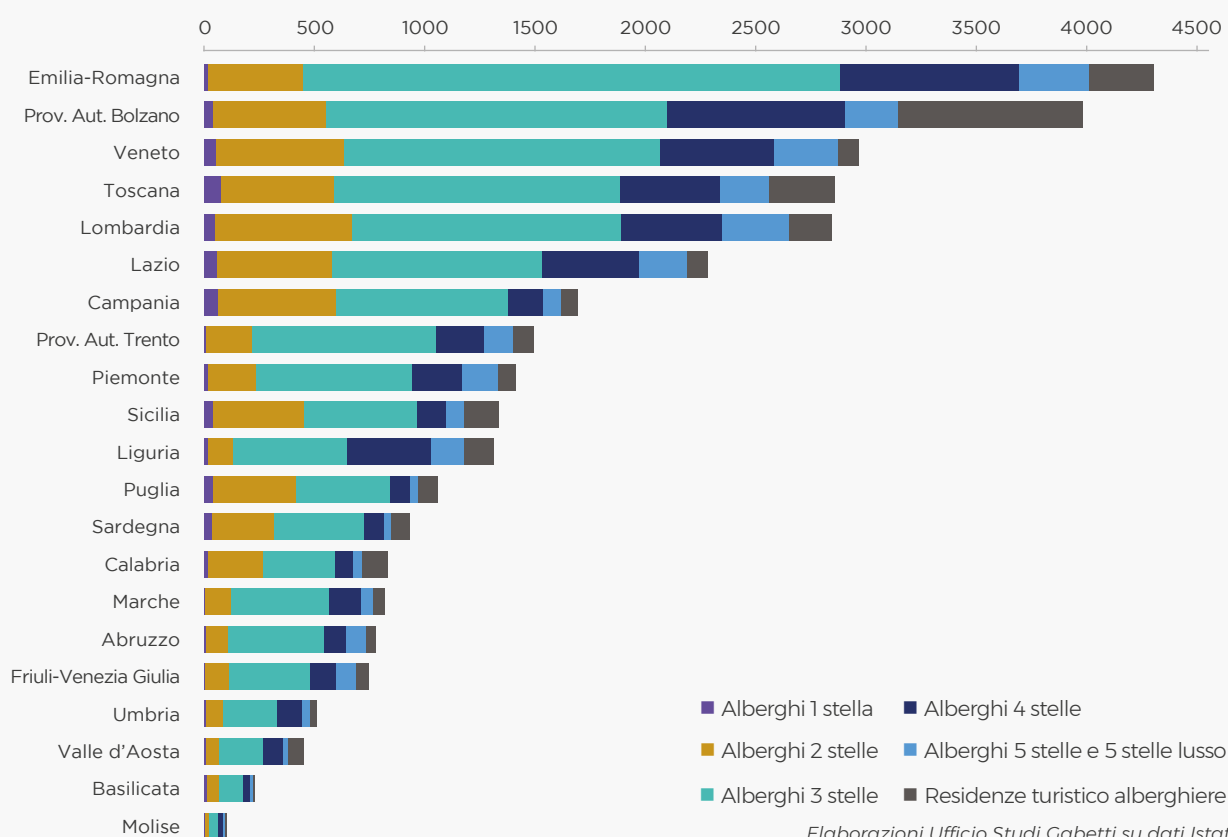
## Classifica regioni per n° esercizi (4 stelle)



### Classifica regioni per n° esercizi (3 stelle)



### Distribuzione per categoria di esercizi alberghieri



## CARATTERISTICHE DEGLI ESERCIZI ALBERGHIERI IN ITALIA

Gli alberghi Italiani sono ubicati per lo più in località turistiche (marittime, collinari, lacuali, montane, etc.) e solo circa il 42% sono in città (città d'arte, capoluoghi senza specifici interessi turistici e altri comuni non altrimenti classificati); molti ad uso stagionale (poco meno della metà), in gran parte vetusti e con arredi da rinnovare.

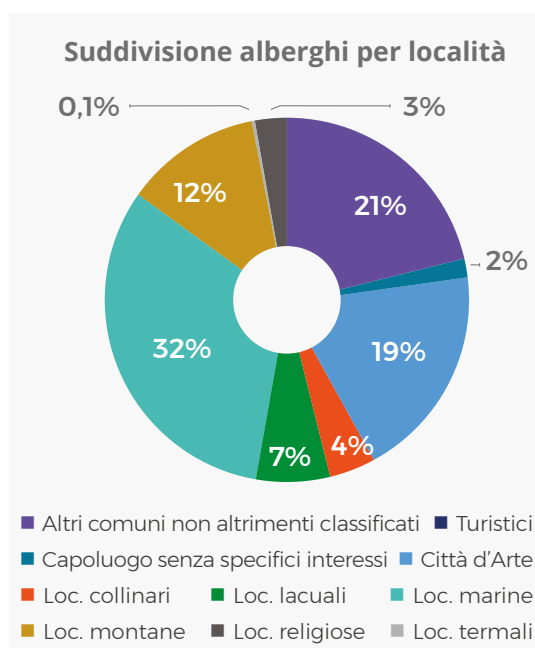
Al contrario la quantità di alberghi Italiani appartenenti alle più rinomate catene alberghiere o presenti nei cataloghi dei consorzi Internazionali che rappresentano l'offerta di Lusso come The Leading Hotels of The World (TLH) e Small Luxury Hotels (SLH) è superiore a qualunque altro Paese al Mondo. Per questo nella fascia alta continuano a dominare la scena mondiale per qualità ed eleganza, occupando sempre tra i primi posti nelle classifiche stilate dai media internazionali (Tripadvisor, Condè Nast, Travel, ecc...).

Anno 2018	Totale	Italia	Francia	USA	UK	Svizzera	Germania	Spagna
The Leading Hotels in The World	397	57	30	37	11	35	18	25
Small Luxury Hotels	510	66	50	21	36	14	11	23
<b>Totale</b>	<b>907</b>	<b>123</b>	<b>80</b>	<b>58</b>	<b>47</b>	<b>49</b>	<b>29</b>	<b>48</b>
Incidenza percentuale	100,0%	13,6%	8,8%	6,4%	5,2%	5,4%	3,2%	5,3%

Alberghi storici come lo Splendido di Portofino (Belmond) ed il San Pietro di Positano o più recenti come Borgo Egnazia a Savelletri di Fasano ed il JK Place a Capri fanno sognare ogni turista e si vanno ad aggiungere ai vari Bulgari, Armani, St. Regis, Villa Borghese, Four Seasons, Gritti e Danieli al top dell'offerta a Milano, Roma, Firenze e Venezia, senza nulla togliere ai molti altri qui non citati.

Che invece in Italia manchino compagnie alberghiere nazionali di caratura internazionale è evidente anche perché non sono molte quelle che possono assumere senza dubbi tale appellativo; abbiamo già citato il Gruppo Una Hotels, frutto della fusione tra Una ed Ata Hotels e Starhotels, le uniche due che entrano nelle classifiche mondiali e che sono rappresentate sia nelle città che nelle destinazioni turistiche: le altre catene alberghiere nazionali con più di 2.000 camere sono tutte ad uso turistico, come TH Resort, ITI Hotels o Bluserena.

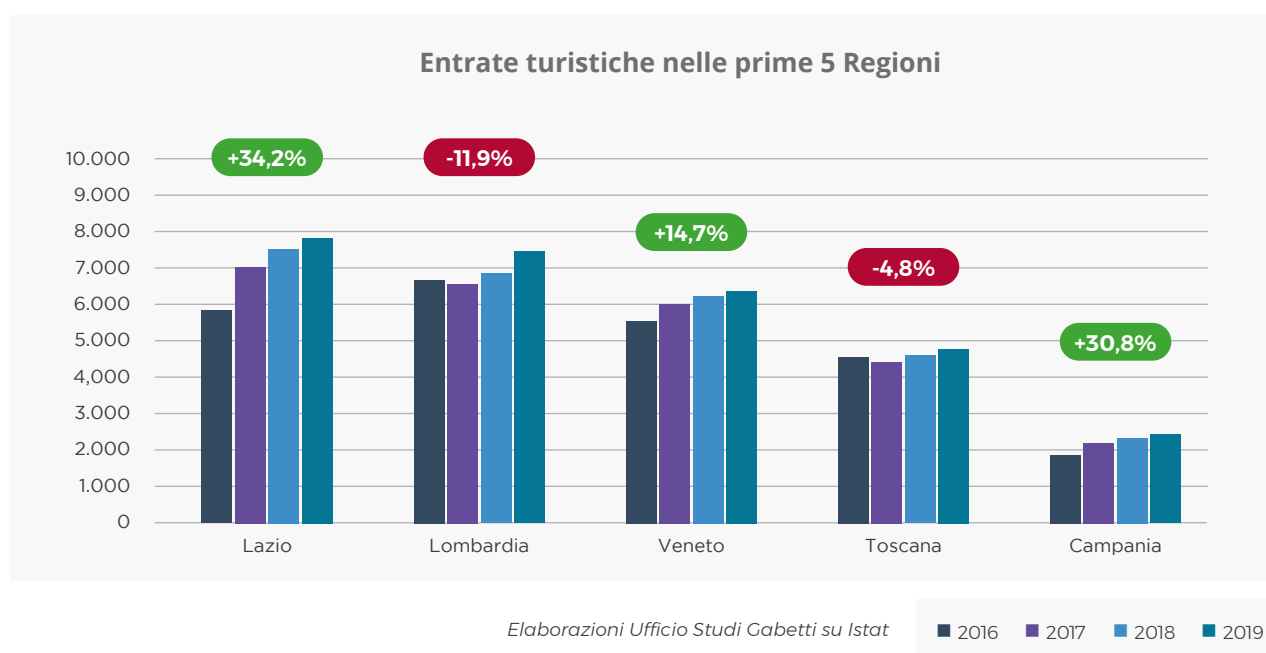
La concentrazione di alberghi di catena (ne sono state censite 240 in Italia) è tra le più basse in Europa e rappresenta meno del 5,0% per numero di alberghi (Spagna 33,3%, Francia 21,0%, Germania 10,3%) e del 15% per numero di camere (Fonte: Horwath HTL) ma in questa percentuale sono comprese anche le micro-catene con pochissimi alberghi (4/5) spesso tutti ubicati in uno a due località limitrofe gestiti da famiglie ed infatti la dimensione media delle catene italiane è di solo 6,6 alberghi; se ci limitassimo alle catene di una certa dimensione gestite realmente in forma imprenditoriale tale penetrazione scenderebbe di molto.



## LA DOMANDA TURISTICA IN ITALIA

Il settore Turistico in senso ampio, ovvero considerando anche l'indotto, rappresenta in Italia la percentuale più elevata del PIL (13,2% che secondo le stime del WTTC (World Travel Tourism Council) è il più alto rispetto a qualunque altro settore produttivo ed il cui contributo diretto nel 2019 era stato di 260 miliardi di Euro in calo rispetto al 2018 (275). Nel Mondo il settore nel 2018 aveva registrato un contributo al PIL del 10,4% ed ha generato il 10,0% dei posti di lavoro (in Europa rispettivamente 10,3% e 11,7%). Per fare un confronto con i nostri principali concorrenti dell'Unione Europea, il contributo totale al PIL dell'Italia in percentuale era superiore a quello della Germania (8,6%), del Regno Unito (11,0%), e della Francia (9,5%), ma inferiore a quello della Spagna, (14,6%).

Nel 2019 la domanda turistica internazionale (arrivi alle frontiere) è cresciuta del 3,8% ma ad un ritmo leggermente inferiore alle stime storiche dell'Organizzazione Mondiale del Turismo (+4,0%); nei due anni precedenti tale crescita era stata infatti decisamente superiore (il 7,2% nel 2017 e il 5,6% nel 2018) che insieme al 2010 (+6,7% nell'anno post crisi sub-prime che aveva provocato un calo nel 2009 del 4,0%) avevano rappresentato il miglio risultato del decennio; dal 2009 al 2019 il tasso medio di crescita è stato infatti del 5,1%, oltre ogni più ottimistica previsione. Secondo il report Datur di Federalberghi tale rallentamento sarebbe stato causato da molti fattori destabilizzanti come la Brexit, le tensioni geopolitiche e sociali e la frenata economica generale. Ciononostante la spesa dei turisti stranieri, pur se meno che nelle aree nostre concorrenti, era in costante crescita da svariati anni ed aveva quasi raggiunto nel 2019 la soglia dei 45 miliardi di euro in crescita del 6,2% rispetto al 2018 (fonte: Banca d'Italia), anche se sempre prevalentemente nelle sei grandi province delle città d'arte Roma, Milano, Venezia, Firenze, Napoli e Verona, dove si concentra oltre il 50,0% della spesa dei turisti internazionali, l'Italia infatti, secondo una indagine sull'attrattiva del Paese, condotta da IPSOS PUBLIC AFFAIRS per ENIT nel 2017 rimane il primo Paese al mondo per qualità della vita, creatività e inventiva ed è associato in primo luogo alla buona cucina, poi all'arte classica (monumenti, pittura e scultura) ed infine alle "arti" moderne (moda design, musica e teatro) che generano più turismo al Nord che al Sud. A livello territoriale infatti Lazio, Lombardia, Veneto e Toscana si sono confermate, anche nel 2019, le regioni verso cui affluisce la maggior parte dei flussi valutari generati dal turismo (fonte Banca D'Italia), attirando nel complesso quasi il 60% delle entrate turistiche dall'estero.



La crescita della domanda dai Paesi esteri, seppure in maniera differenziata, ha riguardato nel 2019 sostanzialmente tutti i principali mercati di origine esteri, soprattutto dal Nord America (Canada +18,6%, Stati Uniti +10,3%) tranne che della Russia e del Giappone; bene anche la spesa dei turisti Europei, in particolare degli austriaci (+12,5%), spagnoli (+9,7%), tedeschi (+7,4%) che continuano ad essere in valore assoluto maggiori spenditori ma sono ampiamente superati dagli statunitensi che rimangono i primi per spesa pro capite.



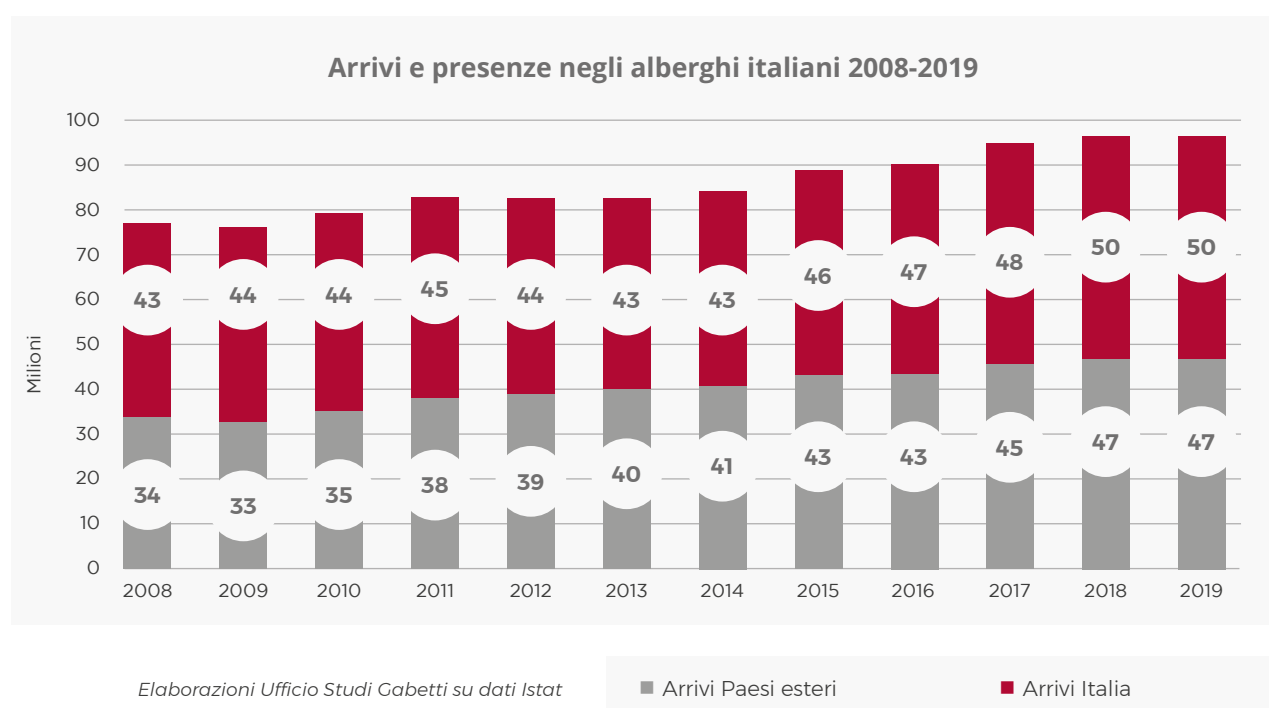
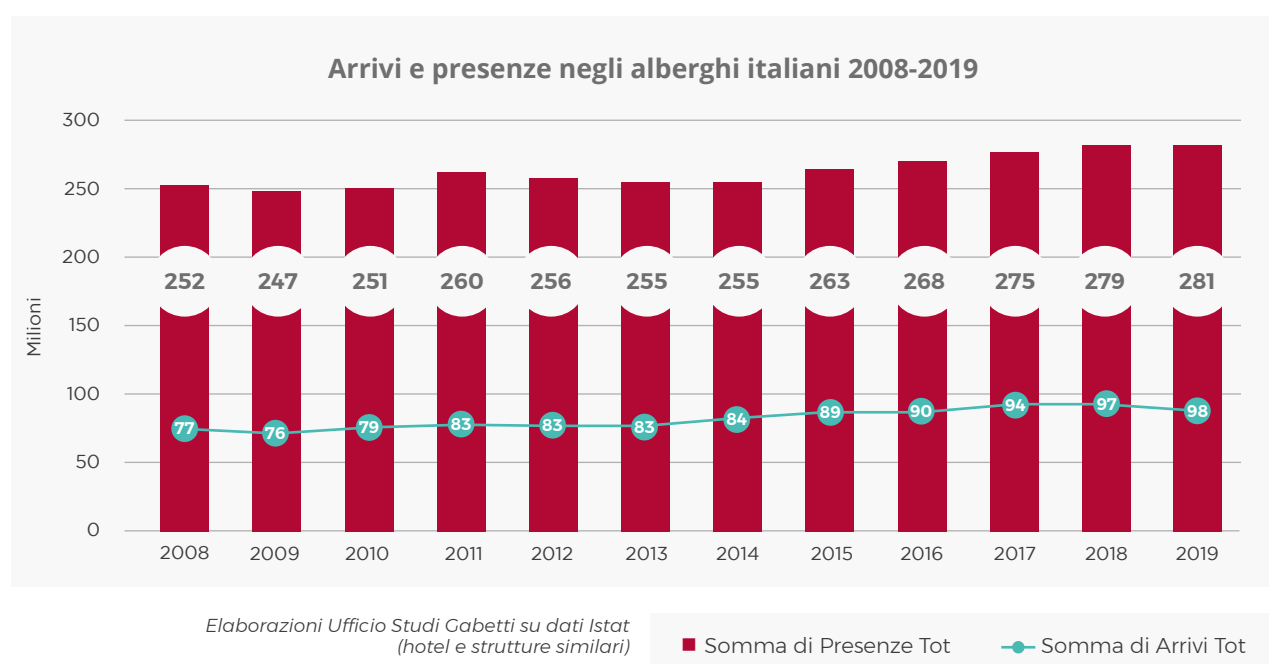
La vacanza nel nostro Paese continua a rappresentare il motivo principale del viaggio per il 64,3% degli stranieri, ma aumenta anche le quote di coloro che vengono per fare shopping (+10,3%) e studiare (+9,3%). In crescita, seppure più contenuta era anche la spesa legata ai viaggi d'affari (+5%), che pesavano per il 13,1% del totale.

Il turismo domestico evidenzia invece dinamiche molto differenti da quello estero; il 76,2% dei viaggi degli Italiani ha come destinazione una località italiana ma tale domanda nel 2019 era calata del 12,8% rispetto all'anno precedente, mentre il 23,8% predilige fare le proprie vacanze all'estero. Anche per i turisti Italiani è il Nord l'area del Paese la zona dove si trascorrono più vacanze (36,6% dei viaggi), anche se di minore durata, mentre al Sud si concentrano le vacanze lunghe (27,1% del totale) dove è la Puglia (11,0%) ad essere la regione più frequentata specialmente durante il trimestre estivo (12,7%). In primavera è invece la Toscana (12,2%) a primeggiare ed il Trentino Alto-Adige la destinazione preferita per le vacanze lunghe in inverno (29,5%).

Nuovamente in calo i viaggi per lavoro (-12,0%) che nel 2018 avevano mostrato una crescita dopo dieci anni di andamento negativo; oltre la metà dei viaggi per motivi professionali sono svolti per partecipare a riunioni d'affari (17,0%), a congressi, convegni o ad altri eventi (16,4%), alle attività di rappresentanza, vendita, installazione o simili (12,5%) ed alle missioni di lavoro (10,7%).(Datatur 2020).

## ARRIVI E PRESENZE NEGLI HOTEL

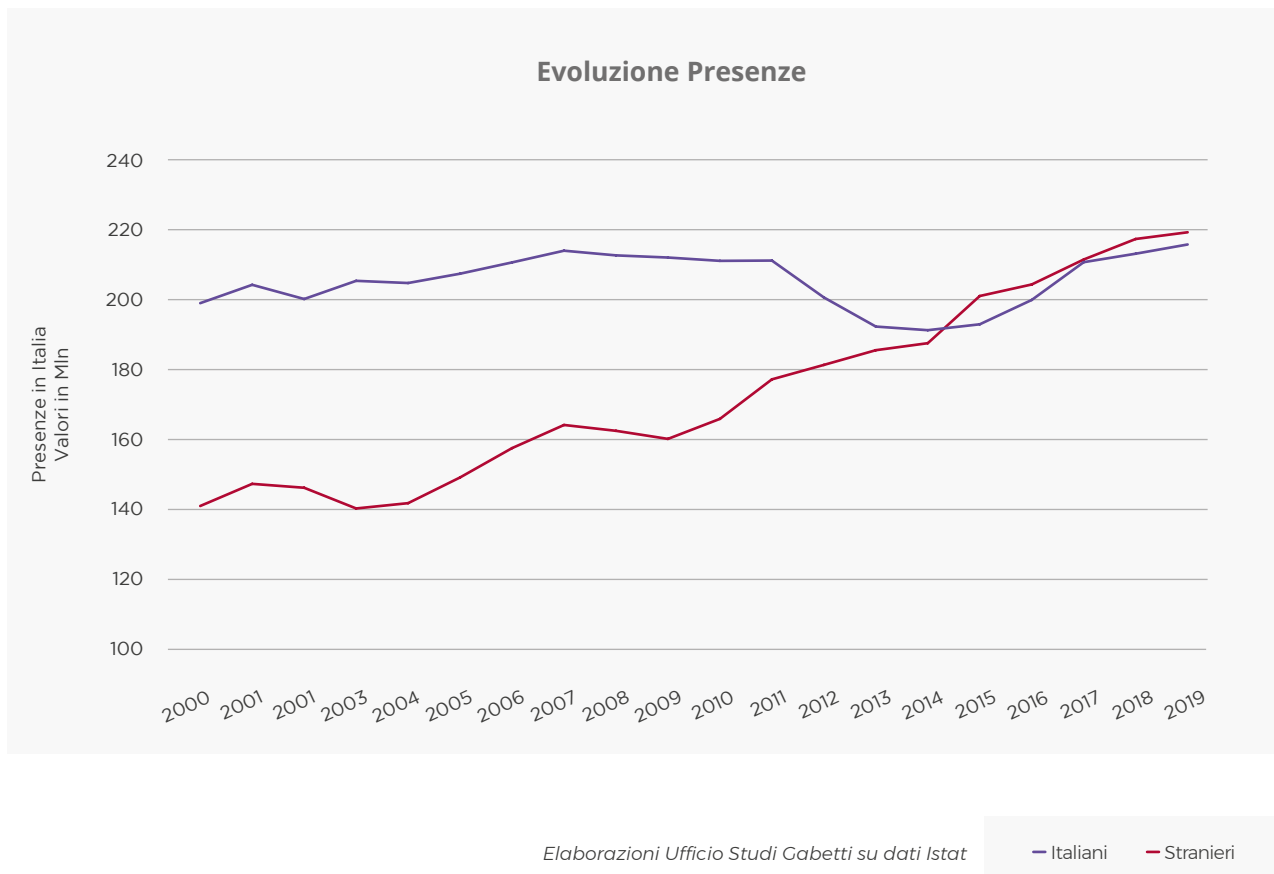
In Italia, nel 2019, si sono registrati **97,8 Milioni di arrivi** in hotel e sistemazioni simili (come somma di residenti sia in Italia che all'estero), +1,1% rispetto al 2018 (96,7 milioni); aumentano costantemente le presenze che nel 2019 si sono attestate a 281 Milioni in crescita dello 0,5% rispetto al 2018. In termini di trend annuale, la serie storica mostra infatti che, dopo un periodo di sostanziale stabilità tra il 2011 e il 2013, a partire dal 2015, anno dell'Expo a Milano, in Italia si è registrato un continuo incremento della domanda soprattutto dall'estero ma anche da parte dei residenti.





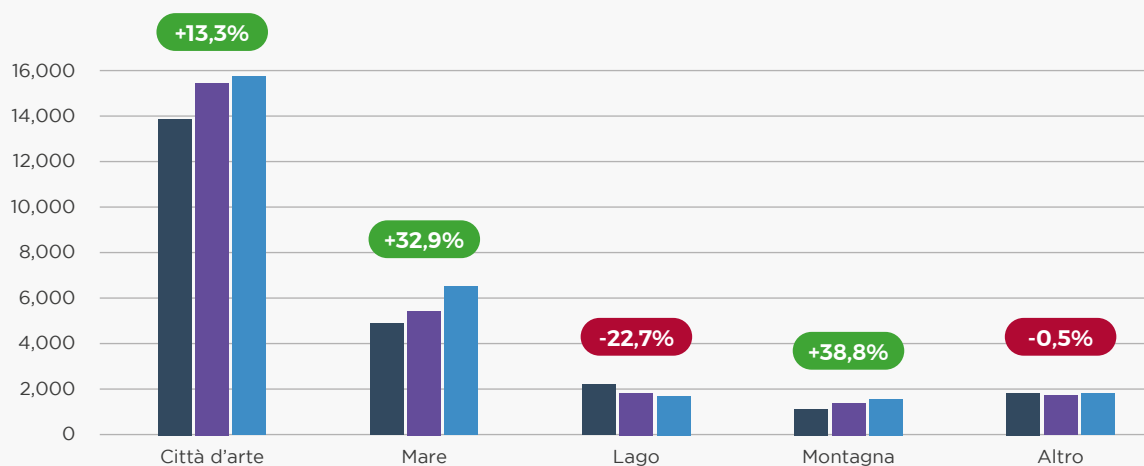
Negli ultimi undici anni **gli arrivi internazionali nelle strutture alberghiere italiane** sono infatti cresciuti decisamente più di quelli domestici: rispettivamente del 45,2% gli arrivi internazionali e del 15,4% quelli domestici; nel 2019 sono stati infatti registrati più di 47 Mln di arrivi da parte di residenti esteri e oltre 50 Mln da parte di residenti; le **presenze nelle strutture extra alberghiere sono state oltre 155 milioni**, che, sommate a quelle negli alberghi, portano il **totale complessivo ad oltre 436 milioni, un record assoluto** per l'Italia.

Dalla lettura delle serie storiche delle presenze nelle strutture ricettive Italiane dal 2000 ad oggi, si evidenzia un andamento molto diverso tra turisti stranieri e turisti Italiani, con i primi che, dopo la crisi internazionale seguita agli attentati dell'11 settembre 2001, sono cresciuti costantemente ad un tasso del 3,6% annuo, sostanzialmente in linea con l'andamento della domanda internazionale nel medesimo periodo, mentre gli Italiani, che hanno subito maggiormente la situazione contingente finanziaria fino al 2015, sono tornati a crescere solo negli ultimi 5 anni ad una media del 2,6% annuo.



I turisti stranieri **prediligono le Città d'Arte** ed infatti oltre il 50% delle entrate turistiche dall'estero si concentra in 6 province: Roma, Venezia, Milano, Firenze, Napoli e Verona (Fonte Banca d'Italia); **Tedeschi ed Americani rappresentano la quota maggiore delle entrate valutarie**, ma i loro comportamenti sono molto diversi; gli Americani si concentrano prevalentemente su Roma, Venezia e sulla Toscana, mentre i Tedeschi prediligono decisamente le coste adriatiche ed i laghi e la loro spesa media pro-capite è molto diversa: €. 141 per gli Americani ed €. 89 per i Tedeschi (tra i primi 10 paesi per spesa complessiva i maggiori spenditori sono i Giapponesi con €. 232 mentre coloro che spendono meno sono gli Spagnoli con €72).

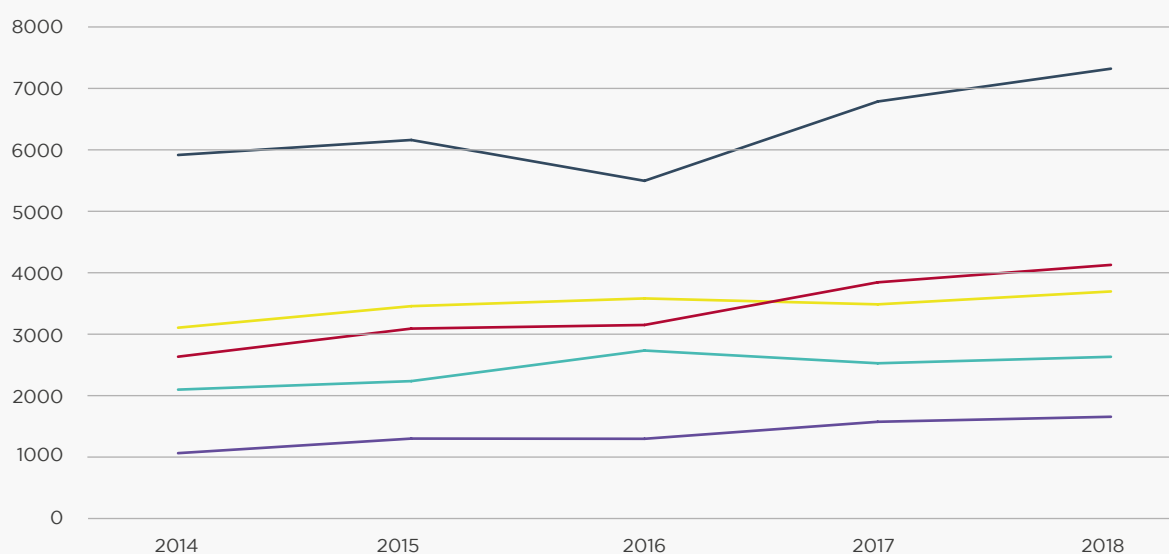
### Spesa dei turisti stranieri per motivo della vacanza (Milioni di €)



Elaborazioni Ufficio Studi Gabetti su Istat

■ 2016 ■ 2017 ■ 2018

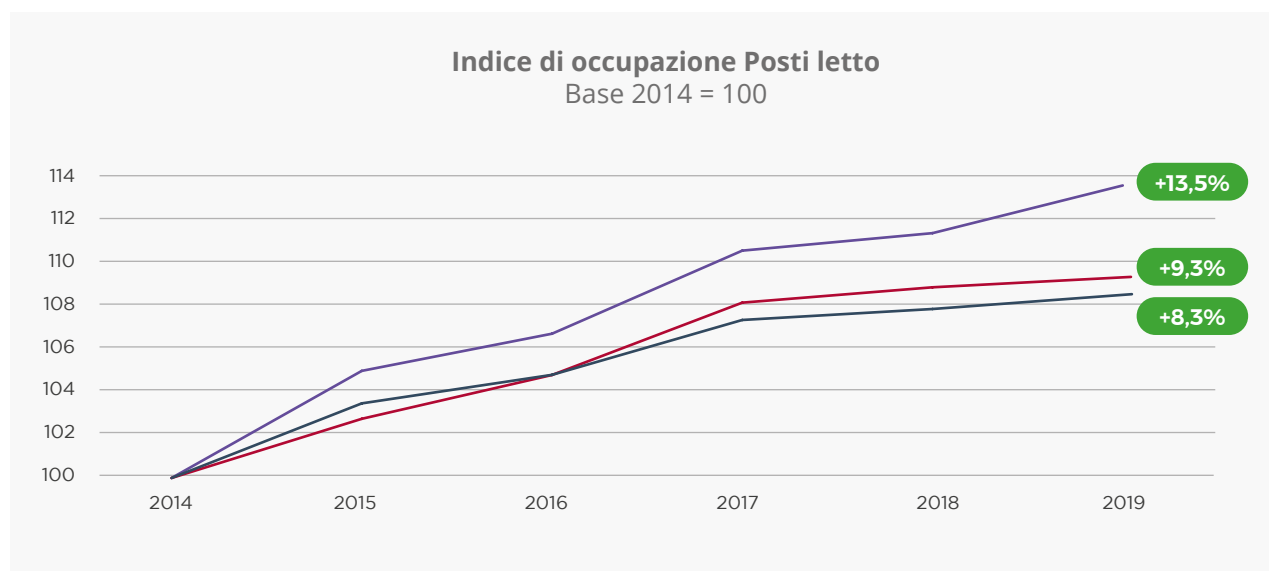
### Entrate turistiche nelle prime 5 città Italiane (Milioni di €)



Elaborazioni Ufficio Studi Gabetti su dati Banca d'Italia

— Roma — Venezia — Milano — Firenze — Napoli

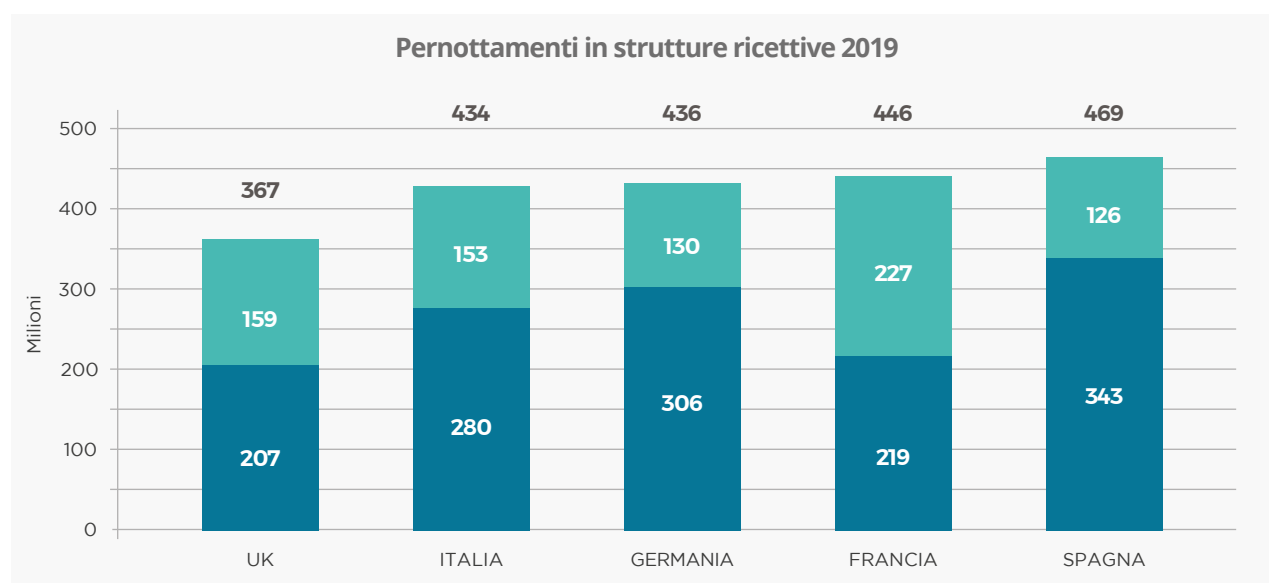
La competitività e l'apprezzamento da parte della clientela, degli alberghi Italiani sono in deciso aumento: lo testimonia il tasso di occupazione di posti letto complessivo a livello nazionale che dopo anni di calo, dal 2015 (anno di Expo Milano) è in forte ripresa in entrambi i comparti sia quello alberghiero che quello extra-alberghiero; il primo è cresciuto del 9,3% mentre il secondo del 13,5% per un totale medio annuo nell'ultimo quinquennio del 8,3%.



Elaborazioni Ufficio Studi Gabetti su dati Istat

— Totale ricettivo — Totale Alberghiero — Totale extra Alberghiero

Il nostro Paese si conferma in Europa tra le mete più ambite dai turisti internazionali; è infatti **al secondo posto dopo la Spagna per presenze di clienti stranieri con quasi 140 milioni di pernottamenti negli alberghi, e prima nelle strutture extra alberghiere con quasi 80 milioni di pernottamenti.**



Elaborazioni Ufficio Studi Gabetti su dati Eurostat 2019  
dati Inghilterra riferiti al 2016;

■ Alberghi ■ Strutture extra-alberghiere

# EVOLUZIONI IN ATTO NEGLI ALBERGHI ITALIANI

Quello dell'ospitalità è un comparto in forte evoluzione nel Mondo ed anche in Italia sta mostrando una preferenza della domanda verso prodotti in grado di offrire particolari "esperienze" di soggiorno.

Le principali tendenze nel comparto alberghiero sono:

- I **Boutique ed i Design Hotels**, ovvero alberghi di dimensione non elevata, generalmente a conduzione familiare "evoluta" (di seconda o terza generazione) o gestiti da mini-catene, caratterizzati da spiccati riferimenti alla moda, al design, all'architettura contemporanea, che fanno dell'"unicità" e dell'"esperienzialità" le loro armi migliori e sono normalmente concentrati nel centro delle principali città.
- I moderni **Budget Hotels**, alberghi di 3 stelle di dimensione intorno alle 100 camere e più spesso affiliati in franchising a Brand appositamente creati dalle grandi compagnie internazionali che ne garantiscono la commercializzazione come Ibis Style oppure gestiti direttamente dalle compagnie come i Moxi Hotels.
- Gli **Hostels** (gli Ostelli di nuova generazione) che, oltre all'offerta tipica di queste strutture, presentano servizi integrati di ristorazione che favoriscono la socializzazione degli utenti. Questa tipologia può essere strutturata con camere a 2/4 letti di tipo alberghiero come i Meininger o il nostrano Ostello Bello, spesso integrati con gli Studentati come nel caso di The Student Hotels.
- Gli **Hotel di lusso** caratterizzati da nuovi Brands di assoluto rilievo, che attirano le compagnie internazionali di fascia alta che puntano a svilupparsi nel nostro Paese. Tra questi si segnalano il Mandarin Oriental a Milano, W a Roma e presto a Milano, Rosewood in Toscana, Aman a Venezia che si vanno ad aggiungere a Bulgari, Armani, Four Seasons, Hayatt, Rocco Forte, Dorchester destinati come loro a diventare il punto di riferimento dell'ospitalità nelle nostre destinazioni.

In ambito extra-alberghiero, le asset class in espansione sono soprattutto gli **studentati e gli appartamenti tradizionali** affittati dai proprietari ad uso Turistico. Tra le nuove forme di ospitalità, Airbnb è di fatto già oggi il primo provider di servizi turistici al Mondo con oltre 1,2 milioni di unità disponibili in competizione con gli alberghi (Marriott con Starwood - 1,1 milioni; Accor -; IHG -; Hilton -). Gli studentati si sono sviluppati proprio grazie alla forte espansione dello short-rent (affitti di breve durata) praticato dai proprietari degli appartamenti che nono sono più disponibili (nelle città a forte presenza di universitari) per gli studenti.

La fascia più alta si conferma comunque di fatto la più apprezzata e ricercata dagli investitori ed in questo segmento l'Italia si distingue nel panorama internazionale.

Nel momento in cui si va a ristrutturare o a costruire un nuovo albergo, è però oggi assolutamente necessario adottare i principi della sostenibilità, perché il valore commerciale di un albergo si misura sia in base alla sua capacità di produrre reddito (e quindi alla location, alla qualità architettonica o alla storicità dell'immobile, all'eleganza dell'arredo, ai servizi che offre, alla cortesia del personale, alla sua capacità di generare emozioni) ma oggi assumono un ruolo sempre più determinante sia i criteri di costruzione del manufatto edilizio che le procedure di gestione dell'attività ricettiva in chiave sostenibile; l'albergo che rispetti tutti i parametri ambientali è classificato come ecologico ma per potere essere considerato pienamente sostenibile deve avere anche altre caratteristiche.

Elencare in poche righe quali siano i criteri che classificano un albergo come eco-sostenibile non

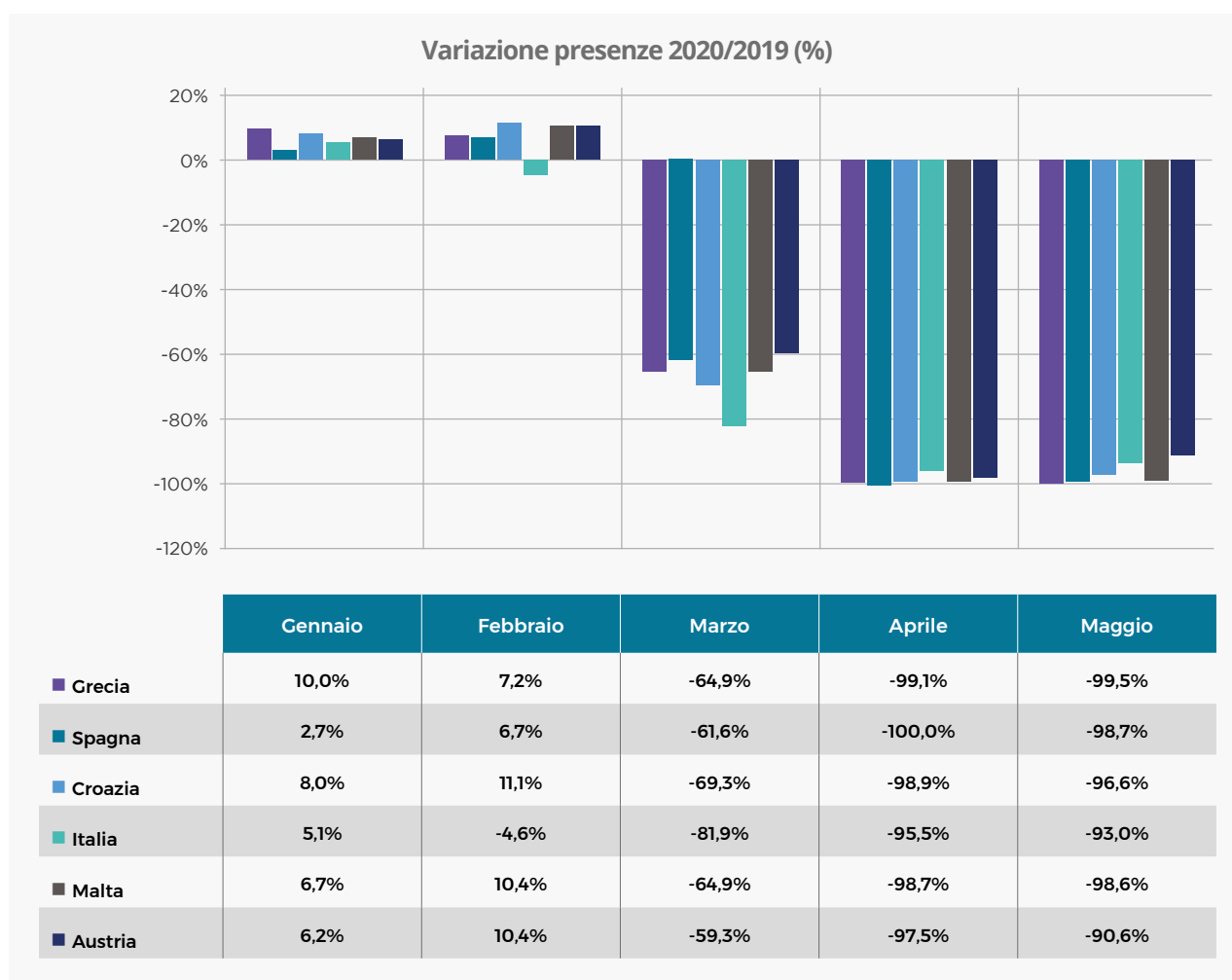
è semplice anche perché ancora non esiste uno specifico protocollo del settore che lo certifichi, o meglio, esistono solo alcune certificazioni ambientali o energetiche che però sono solo una parte del tutto che comprende anche quelle azioni volte alla preservazione della cultura e dell'identità locale ed al mantenimento delle tradizioni (in sintesi sostenibilità socioculturale) così come altre che ne favoriscano la redditività economica.

L'albergo oltre che rispettoso dell'ambiente che lo circonda non deve essere avulso dal contesto in cui sorge, anzi deve esserne parte integrante come soggetto economico che produce effetti benefici a tutta la comunità locale e generare reddito adeguato a sostenere l'attività di gestione a basso impatto ambientale (utilizzo di fonti energetiche rinnovabili, gestione del ciclo dei rifiuti, utilizzo di materie prime provenienti dal territorio, etc.) ed a remunerare adeguatamente gli investitori, e quindi deve avere "successo", produrre utili e generare reddito per chi ci lavora.

# LA SITUAZIONE NEL 2020 UNO SNAPSHOT

Per gli alberghi Italiani l'anno era iniziato nel migliore dei modi con un aumento del 4%, delle presenze a Gennaio rispetto all'anno precedente ma poi a Febbraio, causa Coronavirus, si è registrata una prima flessione fino a che ad Aprile il mercato si è completamente fermato; solo ora, grazie alla parziale riapertura di confini ed attività, inizia la sua lenta ripresa verso la normalità.

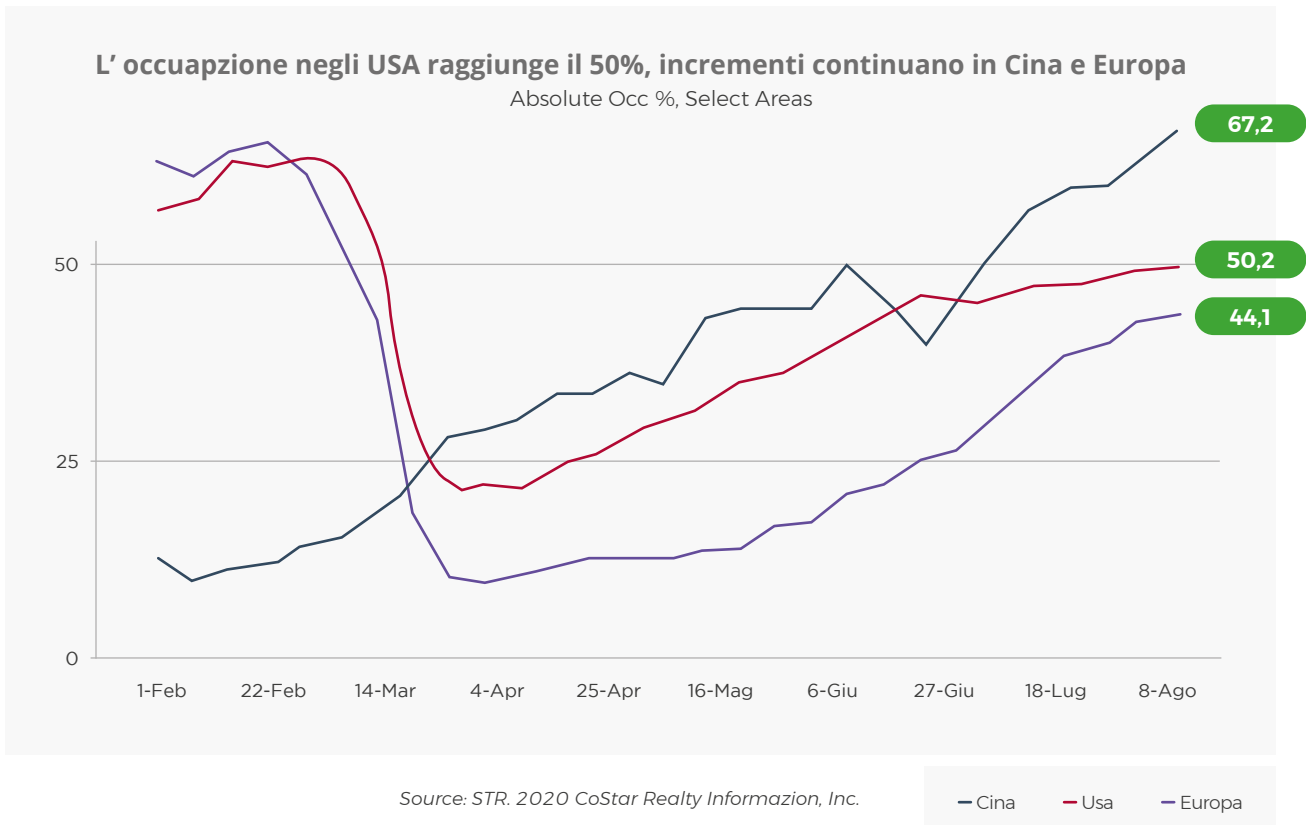
All'inizio dell'estate Federalberghi, in una audizione al Senato, ha reso noto che solo il 40% degli alberghi italiani era aperto, percentuale che è poi sostanzialmente raddoppiata tra Luglio ed Agosto, ma il restante 20%, ubicati soprattutto nelle città, non avrebbe riaperto fino a Settembre e che molti sarebbero rimasti definitivamente chiusi; ancora non sono stati resi noti dati certi ma da ciò che emerge dalle notizie apparse nei vari bollettini delle associazioni di categoria e dalle notizie apparse sui giornali, tale previsione va confermandosi.



I mesi estivi, come previsto, sono stati dominati dal turismo domestico nelle località di villeggiatura e, anche se debole rispetto al passato, la domanda straniera si è mantenuta al di sopra delle aspettative tranne che nelle città d'arte decisamente poco frequentate; pochi i turisti dalle Americhe e dal Far East causa le difficoltà nel trasporto aereo ed in buona parte ancora con la pandemia in

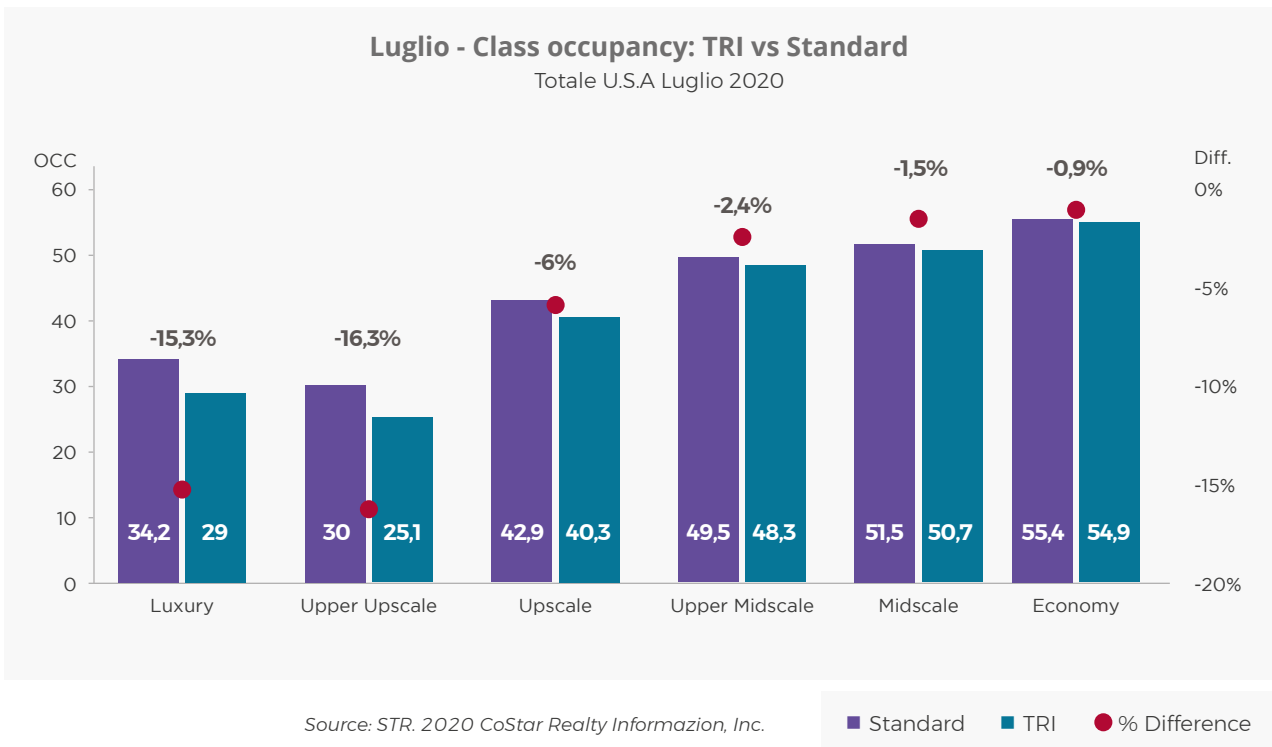
pieno sviluppo mentre i turisti d'Oltralpe che viaggiano in macchina sono arrivati in buon numero.

STR Global, riporta come la Cina nei tre mesi post Covid era risalita dal 15% al 47% di occupazione media ed a fine Luglio addirittura al 67%, mentre gli Stati Uniti, ancora sotto pandemia, stanno crescendo più lentamente. Peggio fa l'Europa dove le misure anti Covid sono state più consistenti inibendo la domanda e gli spostamenti più che altrove.



STR rappresenta di norma solo una parte degli alberghi, di fatto quelli che aderiscono alle grandi compagnie alberghiere e quelli più grandi a gestione manageriale ed i dati sopra riportati sono riferiti a tutti gli alberghi, non solo quelli aperti, dando una idea di come il mercato sta reagendo.

Dalla successiva tabella si può comprendere anche come il COVID stia impattando nell'occupazione varie classi alberghiere (i dati si riferiscono al mese di Luglio degli alberghi statunitensi, confrontando le camere realmente disponibili (Standard occupancy) e la totalità delle camere TRI (Total Room Inventory)) dando una idea di come la domanda si sia rarefatta maggiormente salendo di categoria, fino all'offerta di lusso che ha subito leggermente meno della categoria appena inferiore (NB. Le due percentuali si riferiscono agli alberghi aperti ed a tutti gli alberghi, la cui percentuale è segnalata: si va dal 15-16% degli alberghi di categoria superiore chiusi alla quasi totalità di aperture per quelli economici).



Sulla base di queste informazioni che sono utilizzate a livello mondiale, la stragrande maggioranza degli opinion leader e dei CEO delle Compagnie alberghiere stima un pieno ritorno alla normalità per il 2023; i più ottimisti al 2022 ed i pessimisti al 2024.



## DEFINIZIONI

<b>NTN</b> (Numero transazioni normalizzate)	Numero di transazioni di unità immobiliari "normalizzate". Le compravendite dei diritti di proprietà sono "contate" relativamente a ciascuna unità immobiliare tenendo conto della quota di proprietà oggetto di transazione. Esempio: se di un'unità immobiliare è compravenduta una frazione di quota di proprietà, per esempio il 50%, essa non è contata come una transazione, ma come 0,5 transazioni.
<b>Arrivi</b>	Numero di clienti arrivati, distinti per paese estero o regione italiana di residenza, che hanno effettuato il check-in nell'esercizio ricettivo nel periodo considerato. (Istat)
<b>Presenze</b>	Numero delle notti trascorse dai clienti negli esercizi ricettivi nel periodo considerato. (Istat)
<b>Esercizi alberghieri</b>	Tale categoria, secondo Istat, include gli alberghi da 1 a 5 stelle, i villaggi albergo, le residenze turistico-alberghiere, le pensioni, i motel, le residenze d'epoca alberghiere, gli alberghi meublè o garnì, le dimore storiche, gli alberghi diffusi, i centri benessere (beauty farm), i centri congressi e conferenze e tutte le altre tipologie di alloggio che in base alle normative regionali sono assimilabili agli alberghi.
<b>Esercizi extra-alberghieri</b>	Tale categoria include i campeggi e le aree attrezzate per camper e roulotte, i villaggi turistici, le forme miste di campeggi e villaggi turistici, gli alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale, gli agriturismi, le case per ferie, gli ostelli per la gioventù, i rifugi di montagna, gli altri esercizi ricettivi non altrove classificati e i bed and breakfast.
<b>Budget</b>	A livello internazionale indica la categoria "super economica", e sostanzialmente comprende generalmente gli Ostelli di nuova generazione e gli alberghi ad 1 stella
<b>Economy</b>	A livello internazionale indica la categoria "bassa", sostanzialmente i 2 stelle
<b>Midscale</b>	A livello internazionale indica la categoria "media", sostanzialmente i 3 stelle
<b>Upper Midscale</b>	A livello internazionale indica la categoria compresa fra la "media" e la "standard", sostanzialmente i 3 stelle che si caratterizzano per la dicitura "superior" ed i 4 stelle di qualità inferiore
<b>Up-scale</b>	A livello internazionale indica la categoria "standard", degli alberghi a 4 stelle classici
<b>Upper Up-scale</b>	A livello internazionale indica la categoria "superiore", sostanzialmente i 5 stelle
<b>Luxury</b>	A livello internazionale la categoria "massima", sostanzialmente i 5 stelle lusso

## TUTTI I NOSTRI REPORT:



Residential Overview



Locazioni



Mercato delle Residenze di Pregio



Investment Overview



Office Market Overview



Office Focus Qualità



Alberghi



Trovi tutti i nostri report su [gabettigroup.com](https://gabettigroup.com) nella sezione ufficio Studi



Resta aggiornato sulle prossime uscite seguendo la nostra [pagina linkedin](#)

*Il presente report non deve costituire la base per negoziazioni o transazioni senza una specifica e qualificata assistenza professionale. Malgrado i fatti e i dati ivi contenuti siano stati controllati, Gabetti Property Solutions S.p.A. non fornisce alcuna garanzia di accuratezza e veridicità e non assume alcuna responsabilità in ordine ad eventuali danni, diretti o indiretti, di qualsiasi natura, patiti da terzi in relazione al presente report ed alle informazioni in esse contenute. Le informazioni e i dati contenuti nel presente report possono essere riprodotti, in tutto o in parte, e ad essi ne può essere fatto riferimento in pubblicazioni diverse dal presente report a condizione che venga debitamente citata la fonte degli stessi: Gabetti Property Solutions S.p.A. - © Gabetti Property Solutions S.p.A.*



**Ufficio Studi**  
**Francesca Fantuzzi**  
*Responsabile*  
ffantuzzi@gabetti.it

**Roberta Giusto**  
*Analista Junior*  
rgiusto@gabetti.it



**Emilio Valdameri**  
*Head of Hospitality  
and Leisure*  
EValdameri@gabetti.it

