



IL SETTORE DELL'HOSPITALITY

Tra performance consolidate e
nuove tendenze

SETTEMBRE 2019
N.03

Newsletter
Osservatorio
Immobiliare Nomisma

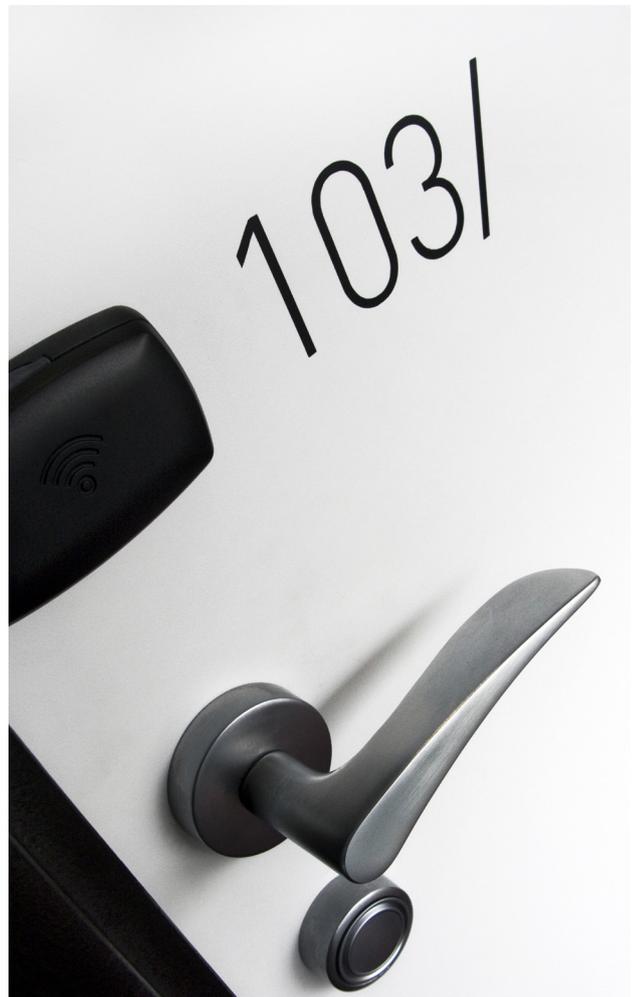


SUMMARY

- 1** CONCEPT
- 2** PUNTO DI VISTA DEGLI INVESTITORI
- 3** CHI GUADAGNA DI PIU' -
ALBERGHIERO VS EXTRA ALBERGHIERO



Il settore dell'hospitality rappresenta sicuramente un asset di grande interesse, soprattutto in un Paese come l'Italia dove il turismo genera importanti flussi di ricchezza e occupazione. Influenzato da ampi processi di trasformazione che hanno visto negli ultimi anni la crescita significativa della componente extralberghiera, tale segmento ha continuato ad attrarre numerosi investimenti e ad essere teatro di importanti acquisizioni. L'obiettivo di adeguare l'offerta ai nuovi modelli di business e ai nuovi concetti di ospitalità che si vanno progressivamente affermando, muove le strategie sia delle grandi catene che delle strutture ricettive di piccole dimensioni.



Concept

Il mercato dell'hospitality raccoglie una varietà di modelli davvero molto ampia tanto che è difficile standardizzare il prodotto. Si possono però individuare le nuove tendenze che caratterizzano l'offerta sempre più attenta alla qualità e alle esigenze del cliente. I nuovi modelli, soprattutto quelli dedicati all'alberghiero, tendono a coniugare tutti o parte dei seguenti elementi:



CUSTOMER EXPERIENCE

Prodotto che si basa sulla esperenzialità del cliente.



LOCAL AND FOOD

Far vivere al cliente la tipicità del territorio.



FACILITIES

Servizi e strutture in grado di dare autonomia al cliente nella gestione del proprio soggiorno.



INNOVAZIONE E TECNOLOGIA

Gli strumenti digitali come plus per interagire con il cliente e fidelizzarlo, dalle piattaforme di prenotazione a whatsapp per la comunicazione veloce all'interno della struttura.



SHARING

La condivisione diventa un elemento centrale favorito dalla modularità degli spazi e degli arredi.



ECOSOSTENIBILITÀ

L'hospitality che rispetta l'ambiente ed è ecocompatibile.



DESIGN

Offerta di soggiorni a tema.



Punto di vista degli investitori

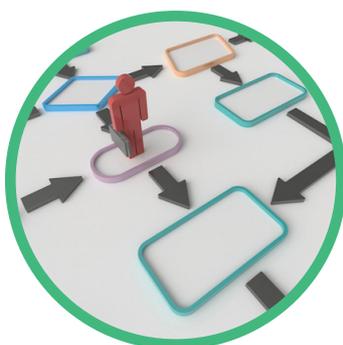
L'Hospitality è risultato in questi ultimi anni un asset di grande interesse per gli investitori. Con circa 2 miliardi di euro di volume transato¹ nella prima parte del 2019, il segmento alberghiero si conferma attrattivo per capitali sia stranieri che nazionali. Infatti in tale segmento si evidenziano:

1. Elevati rendimenti soprattutto nelle zone centrali e nelle città dove si concentrano i flussi turistici e legati al business (Firenze, Roma, Milano, Venezia);
2. Valida alternativa rispetto ai tradizionali asset class direzionali e commerciali vista la ricchezza in Italia di destinazioni leisure e business e destinazioni lusso;
3. Rischio limitato nei mercati primari;
4. Mercato vivacizzato dalla brillante attività di M&A e investimenti greenfield.

Per il segmento extralberghiero - che vive oggi un momento di grande espansione - i vantaggi sono prevalentemente legati ai seguenti aspetti:



**Bassi costi di gestione
delle attività**



**Flessibilità e
adattabilità dell'offerta**

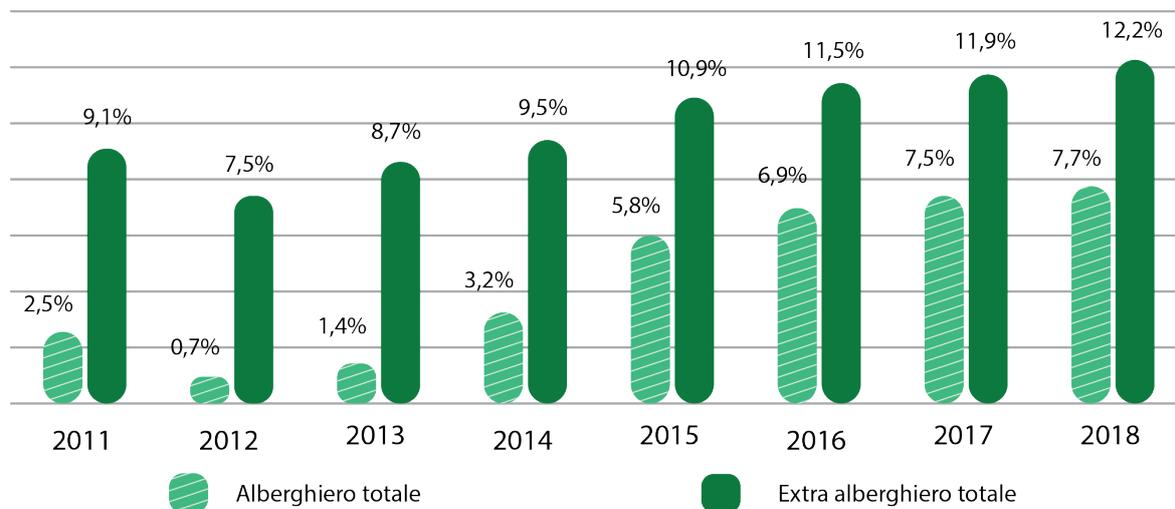


**Tassi di occupazione
molto elevati**

Chi guadagna di piu' - alberghiero vs extralberghiero

La rivisitazione dei modelli di hospitality e i nuovi concept emergenti si sono resi necessari non soltanto a fronte di dinamiche di mercato non sempre positive ma anche in risposta ad una concorrenza piuttosto aggressiva del segmento extralberghiero.

La redditività nell'hospitality - Ebitda Margin



Fonte: elaborazione Nomisma su dati di Bilancio. Gli indicatori sono costruiti su un campione chiuso dal 2018, di circa 1000 società di capitali

Se confrontiamo le performance dell'hotellerie con quelle delle varie categorie dell'extralberghiero, si nota come questo secondo cluster abbia registrato risultati complessivamente migliori (consuntivo 2018)²:

- Un rallentamento del mercato visto che il fatturato complessivo è cresciuto a tassi meno brillanti rispetto al 2017 per quasi tutti segmenti dell'hospitality: nel 2018 l'alberghiero cresce del +2,7% vs il 5,2% del 2017, mentre per l'extralberghiero il 2018 ha registrato +3% vs +6,2% nel 2017;
- La ripresa della marginalità, grazie ad una strategia di riduzione dei costi di esercizio, per entrambe le categorie.

² Si fa qui riferimento alle sole società di capitali.

- Una redditività inferiore per il segmento dell'hotellerie rispetto alla gran parte dei business osservati. La marginalità del segmento extralberghiero beneficia infatti di servizi a bassa intensità di manodopera e bassi costi di mantenimento.
- Maggiore tenuta dell'extralberghiero nelle fasi negative del ciclo economico.

Performance per alcune tipologie di strutture recettive extralberghiere- 2018	Variazione del fatturato 2018 sul 2017	Ebitda Margin
<i>Villaggi turistici</i>	0,1%	10,2%
<i>Affittacamere per brevi soggiorni, case ed appartamenti per vacanze, bed and breakfast, residence</i>	3,97%	5,3%
<i>Aree di campeggio e aree attrezzate per camper e roulotte</i>	3,58%	18,1%

Fonte: elaborazione Nomisma su dati di Bilancio. Gli indicatori sono costruiti su un campione chiuso dal 2018, di circa 1000 società di capitali

Le caratteristiche dei diversi business model incidono dunque sui risultati.

Si pensi ad esempio alle aree di campeggio che risultano le più redditizie anche in un confronto temporale di lungo periodo. Nel 2012 infatti, annus horribilis per la nostra economia, la redditività (pari al 15%) e il valore della produzione raggiungevano livelli positivi e superiori a tutti gli altri cluster grazie ad un'offerta molto flessibile che si colloca su fasce di prezzo medio basse, rappresentando quindi una scelta percorribile anche nei periodi di crisi.



Verso nuovi concept Extra alberghiero...



Serviced Apartments

Si tratta di appartamenti completamente arredati disponibili per soggiorni di breve o lunga durata, che offrono servizi simili ad hotel, dotati di cucina completa, Wi-Fi, lavatrice e asciugatrice. Ad oggi rappresentano un'alternativa più economica dell'hotel per soggiorni "long stay". Oltre alle dotazioni presenti nell'appartamento, i servizi offerti più ricorrenti sono:

- **Portierato**
- **Servizio in camera**
- **Pulizia della casa**
- **Servizio di lavanderia**
- **Servizio di prenotazione e gestione delle attività.**

Dedicata prevalentemente al mondo business, le aziende utilizzano frequentemente appartamenti per ospitare professionisti in mobilità. Svolgono anche la funzione di alloggio temporaneo per chi è alla ricerca di una residenza permanente.





... ed alberghieri

Branded Residences

Si tratta di residenze integrate o collegate ad hotel di lusso. Essenzialmente, la branded residence dà al proprietario il comfort e la permanenza in una casa mantenendo i benefici e il lusso di un hotel a cinque stelle. Questo concetto si è sempre più diversificato in modo da poter essere offerto nelle forme più flessibili in luoghi e mercati diversi, e ora presenta molti sviluppi e molte varianti a livello globale, i servizi offerti sono:

Servizi di BASE

- Utilizzo dei servizi dell'hotel
- Sicurezza 24/7
- Servizio parcheggio
- Concierge
- Possibilità di prenotare viaggi e ristoranti
- Possibilità di usufruire della spa
- Possibilità di usufruire delle attrezzature sportive e di intrattenimento
- Sveglia personalizzata

Servizi On DEMAND

- Servizio di pulizie e mansioni domestiche
- Servizio di ristorazione in casa
- Acquisti personali
- Personal trainer
- Trattamenti termali
- Servizi di assistenza all'infanzia
- Servizi per animali domestici
- Possibilità di utilizzare sala riunioni/uffici e suite per gli ospiti



La Società

Nomisma è una società indipendente che realizza attività di ricerca e consulenza economica per imprese, associazioni e pubbliche amministrazioni, a livello nazionale e internazionale.

L'esperienza maturata nell'implementazione di osservatori permanenti consente a Nomisma di rappresentare un punto di riferimento per la produzione di dati economici originali e per la lettura dei fenomeni economici in chiave attuale e prospettica.



Leggi le precedenti newsletter

<https://www.nomisma.it/index.php/it/newsletter/focus-on/item/1862-nomisma-real-estate-alternative-asset-class>

Nomisma S.p.A

Strada Maggiore, 44 - Palazzo Davia Bargellini
Bologna | Italia 40125
Tel. (+39) 051 6483301

Email segreteria.immobiliare@nomisma.it - www.nomisma.it



Nomisma