

Con il patrocinio

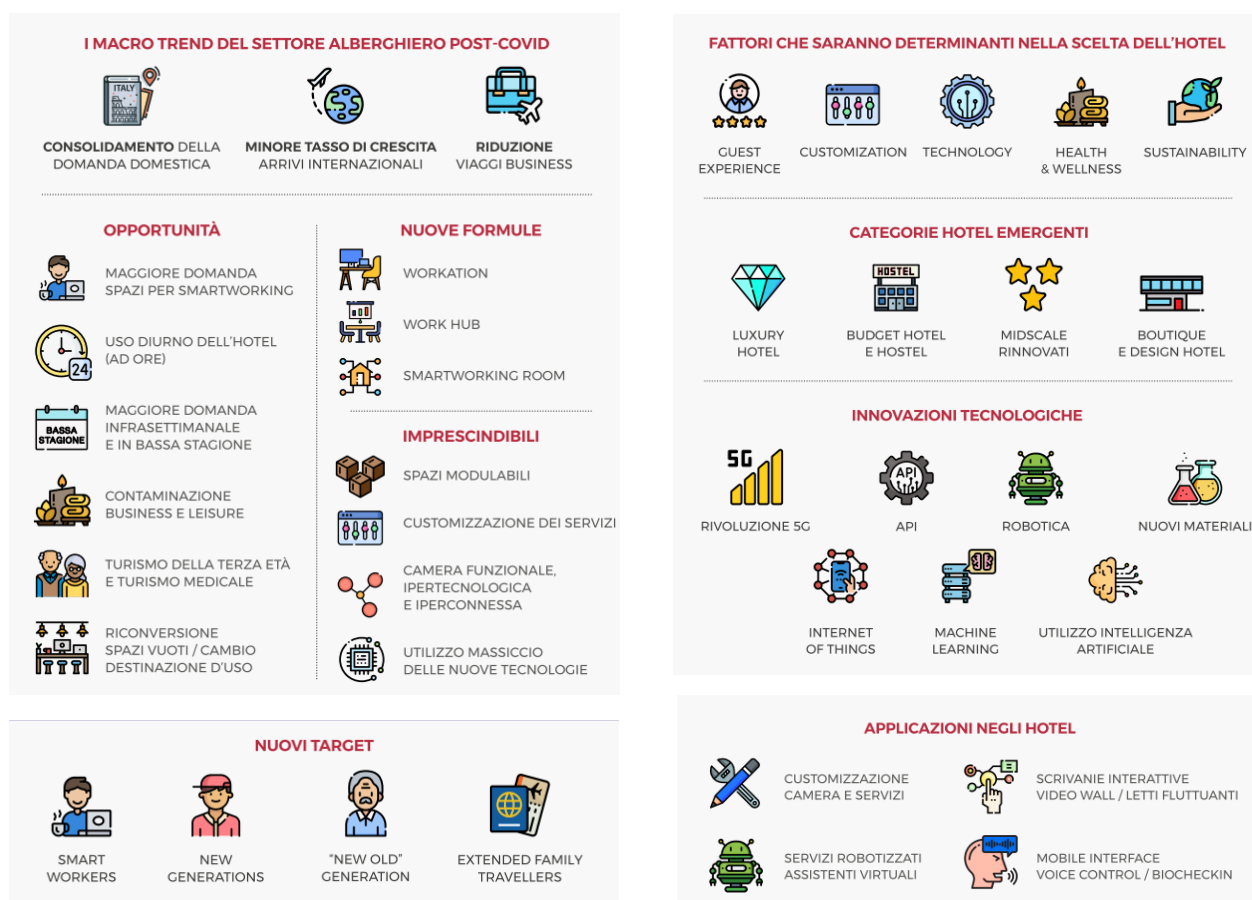


L'HOSPITALITY DEL FUTURO: FLESSIBILITA' DEGLI SPAZI, TECNOLOGIA E SOSTENIBILITÀ, LE TENDENZE IMPRESCINDIBILI NELL'ERA POST COVID

L'Ufficio Studi Gabetti - in collaborazione con Federalberghi e il patrocinio di ENIT (Agenzia nazionale per il turismo), Assoimmobiliare e Fondazione Università Cà Foscari, - ha realizzato il report "L'HOSPITALITY DEL FUTURO: TENDENZE, PROSPETTIVE E OPPORTUNITÀ DEL SETTORE ALBERGHIERO IN ITALIA".

Il report analizza i nuovi trend del mercato ricettivo, con particolare focus sul settore alberghiero, alla luce delle nuove dinamiche emerse a seguito dell'emergenza Covid-19. Partendo dalle macro-tendenze sociali, economiche, ambientali, tecnologiche e dall'impatto che stavano avendo nell'era pre-Covid, si ipotizzano i futuri scenari di evoluzione per la domanda e l'offerta turistica.

HIGHLIGHTS



Gabetti Property Solutions

Milano, Roma, Genova, Torino, Padova, Firenze, Bologna, Napoli, Bari, Reggio Calabria

www.gabettigroup.com

*“Il patrimonio ricettivo nazionale non ha eguali al mondo: è leader per numero di posti letto in Europa, vanta una invidiabile diversificazione nell’offerta sia per tipologia, sia per qualità e conta il maggior numero di alberghi di lusso – dichiara **Emilio Valdameri, responsabile Hospitality&Leisure Italia del Gruppo Gabetti** –. È però generalmente poco allineato con la rapida evoluzione della domanda, a causa della carenza di investimenti negli ultimi anni dovuta spesso alla notevole difficoltà, da parte degli operatori, di districarsi fra norme e burocrazia soprattutto in campo edilizio. Ciò ha determinato un rinnovamento troppo lento delle strutture, che in molti casi si ritrovano oggi non sempre adeguate rispetto ai cambiamenti in atto. Si realizzano, infatti, pochi nuovi alberghi in sostituzione di quelli obsoleti e gli interventi di ristrutturazione in ottica di riposizionamento sono limitati, spesso, dalle normative urbanistiche ed edilizie che invece dovrebbero favorire il rinnovamento, e rappresentare, insieme agli incentivi alle imprese del settore, gli strumenti per alimentare l’adeguamento delle strutture ai nuovi scenari di mercato. L’attuale situazione dovuta alla pandemia avrà ovvie ripercussioni sul turismo e in particolare sull’hospitality, con il comparto alberghiero tra i più colpiti dalla crisi; destinare buona parte dei Recovery Fund al settore appare imprescindibile, anzi, un’occasione imperdibile per rilanciare la destinazione Italia.”*

*“In uno scenario di grande incertezza, possiamo ragionevolmente ipotizzare che al termine di questa lunga ‘traversata del deserto’ ci troveremo a confrontarci con un mercato ancor più competitivo, in cui sarà la qualità dell’offerta a far la differenza. – ha detto il **Presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca** - Accessibilità, qualità, sostenibilità, digitalizzazione sono le parole chiave che devono ispirare l’azione di rilancio della destinazione Italia. Alle istituzioni chiediamo dunque un duplice impegno: agire a tutela delle imprese e dei posti di lavoro e sostenere un piano di riqualificazione dell’offerta turistica italiana poderoso, strutturale e pervasivo su tutte le componenti della filiera. Con il Decreto Agosto – ha concluso Bocca - è stato rifinanziato il credito di imposta per la riqualificazione ed il miglioramento delle strutture ricettive turistico-alberghiere, comprese le strutture termali che rivestono un ruolo di primaria importanza. Per rendere ancora più efficace questo sostegno, a Governo e Parlamento chiediamo di estendere alle imprese alberghiere l’applicazione dell’ecobonus e del sisma bonus al 110%. Inoltre, sempre in ambito istituzionale, abbiamo proposto a Cassa Depositi e Prestiti di supportare l’emissione di bond di lungo periodo per finanziare programmi di investimenti.”*

SCENARIO

Per gli alberghi Italiani, il 2020 era iniziato nel migliore dei modi con un aumento delle presenze (+3,8% per gli stranieri e +4,8% per gli italiani) a gennaio rispetto all’anno precedente (dati Federalberghi). A febbraio però, causa Covid-19, si è registrata una prima flessione, fino ad aprile quando il mercato si è completamente fermato. All’inizio dell’estate, Federalberghi ha reso noto che solo il 40% degli alberghi italiani era aperto, percentuale che è poi sostanzialmente raddoppiata tra luglio e agosto, ma il restante 20%, ubicato soprattutto nelle città, non ha riaperto fino a settembre e molti sono rimasti definitivamente chiusi.

Cosa aspettarsi per la fine del 2020 e per il prossimo futuro?

Il centro studi di Federalberghi stima per il 2020 un calo delle presenze complessivo del 56,1% ovvero circa 245 milioni di presenze totali perse soprattutto a causa del calo del 74% delle presenze di non residenti e del 37,9% di quelle italiane. Per i prossimi 2/4 anni, le previsioni degli esperti internazionali del settore indicano una crescita progressiva con un ritorno ai risultati conseguiti nel 2019. La variabile tempo dipenderà dalla diffusione del vaccino anti Covid-19, che dovrebbe permettere un ritorno alla normalità sanitaria a partire dal prossimo anno. Dal 2024/2025 in poi è ragionevole pensare che, se non interverranno altri fattori dirompenti, i flussi turistici riprenderanno la loro naturale evoluzione.

In questo contesto si prevede:

- **consolidamento della domanda domestica** che sta riscoprendo i tesori del nostro territorio;
- generale **contrazione della crescita degli arrivi internazionali** per alcuni anni;
- ulteriore **riduzione dei viaggi business** e, conseguente, riduzione dei pernottamenti;
- nascita di **nuove opportunità** quali:
 - maggiore domanda di spazi per **smart working**
 - **contaminazione tra business e leisure**
 - **riconversione** immobile con cambio di destinazione d'uso.

COME CAMBIA L'ALBERGO

L'albergo del futuro dovrà tendere a essere uno **spazio liquido e poliedrico**, capace di trasformarsi rinnovando contenuti e funzionalità per generare nuovo valore sociale ed economico. L'hotel non sarà più utilizzato solo per pernottare o per un meeting, ma anche come luogo in grado di offrire **servizi innovativi e qualificati** come:

- spazi e servizi per lo **smart working**;
- **spazi sociali** ideali per rilassarsi o incontrare altre persone;
- zone per il **relax psico-fisico**;
- **spazi polifunzionali** trasformabili per eventi;
- bar e ristoranti con **un'offerta variegata h24**;
- servizi per il **tempo libero** e per lo sport.

"L'hotel del futuro in realtà non potrà avere un solo format o un solo modello di successo, ma vi saranno innumerevoli combinazioni, influenzate dalle diverse caratteristiche ambientali, sociali ed economiche del luogo in cui sorge, dal profilo di clientela cui oggettivamente intende rivolgersi e dalle caratteristiche dell'investitore/proprietario" precisa **Valdameri**.

LE TIPOLOGIE EMERGENTI

Lo sviluppo delle strutture ricettive in futuro si orienterà verso alcune tipologie. In ambito alberghiero prevediamo:

- **aumento del divario tra le varie categorie**;
- **concentrazione dell'offerta sui due macro-segmenti "estremi"**: hotel di lusso e hotel "economici", con conseguente crescita per i budget hotel di moderna concezione (gli hotel-hostel di livello superiore), seguiti dai boutique & design hotel e dagli hotel economici (i cosiddetti affordable luxury);
- **evoluzione del segmento "centrale"** (hotel 3 e 4 stelle) sempre più orientato a ridefinire la propria offerta in relazione alla location, alla dimensione e al target di clientela.

Le tipologie che cresceranno maggiormente, in proporzione, saranno pertanto gli alberghi di lusso e i nuovi budget hotel. Quelle che invece prevedibilmente caleranno riguardano gli hotel caratterizzati da clientela "solo business" e quelli ubicati nelle periferie urbane non rigenerate.

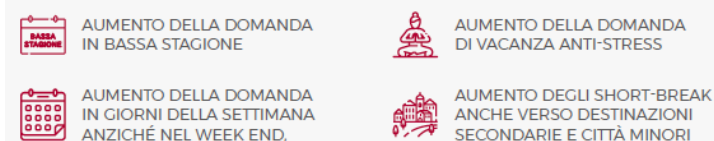
↓ CALANO ↓	↑ CRESCONO ↑
Hotel 4-5 stelle executive - business	Hotel di lusso ovunque, città e leisure
Hotel 3 stelle a conduzione familiare	Hotel nel centro delle città bleisure
Residenze Turistiche (a favore di CAV accorporate)	Resort in località amene e paesaggistiche
Alberghi nelle periferiche (non ripensate) delle città	New budget hotel (Hostel, nuovi 3 stelle)
Alberghi in destinazione turistiche secondarie	Affordable hotel rientrali alla sostenibilità

In ambito extra-alberghiero (o para alberghiero) le tipologie emergenti saranno:

- appartamenti a uso turistico;
- strutture destinate al turismo all'aria aperta;
- strutture destinate al recupero psico-fisico;
- strutture in località amene o nei pressi di attrazioni (ludiche, culturali, paesaggistiche) dove spesso è difficile realizzare un albergo tradizionale.

L'EVOLUZIONE IN ATTO NELLA DOMANDA TURISTICA E NELL'OFFERTA RICETTIVA

La fruizione delle strutture alberghiere nel corso dell'emergenza Covid ha significato per i clienti rispettare nuove regole, adottando nuovi protocolli. Alcuni di questi, come la massima cura dell'igiene nelle camere sottoposte a **sanificazioni programmate**, l'utilizzo di servizi di **room service o delivery**, come il food delivery, l'utilizzo di **tecnologie hands - free / touch-free** per porte o ascensori, sono destinati a rimanere



in parte, magari rivisti e corretti, anche nel futuro. Ma quali potrebbero essere ulteriori leve di cambiamento per il settore? Il maggiore ricorso allo **smart working** ha fatto emergere nuove esigenze di spazi che potrebbero rappresentare un'opportunità

per gli hotel. Ma anche lo sviluppo delle **nuove tecnologie** e i nuovi **criteri di ecosostenibilità** potrebbero avere un impatto rilevante. Così come il tema del benessere, in un contesto di sempre maggiore **ibridazione tra business e leisure**.



SMART WORKING

Quali sarebbero gli impatti sul settore ricettivo se la modalità di lavoro agile si imponesse definitivamente? È evidente che **smart working** vuol dire meno viaggi legati al business e, dunque, questo potrebbe determinare meno clienti per le strutture alberghiere.

Allo stesso tempo, trascorrere la settimana di lavoro a casa, che significa risparmio nei costi di trasporto, ma anche minori relazioni sociali, potrebbe **incentivare i viaggi durante il weekend legati al leisure** come forma di evasione dalla condizione di impoverimento comunicativo, addirittura alienante, che può talvolta produrre lo smart working. Tuttavia, la riduzione dei viaggi per business, fiere ed eventi che significano meno stanze e sale riunioni negli hotel vuol dire **più ambienti vuoti** e, quindi, una **maggiore flessibilità di spazi** che potrebbero essere reimpiegati per altre attività.

Una delle ipotesi di riutilizzo di parte degli spazi vuoti delle strutture alberghiere potrebbe essere proprio quella di una **riconversione in spazi di co-working**, soluzione che andrebbe a soddisfare parzialmente una domanda, sempre più crescente, già da prima della pandemia.

Si parla del fenomeno del **"Workation"**, ossia un neologismo che unisce le parole work e vacation, quale fenomeno emerso durante l'estate del 2020 che si riferisce alla condizione in cui molti lavoratori hanno trascorso le loro vacanze in strutture alberghiere dotate di spazi dove poter lavorare da remoto. **Work Hub**, **Smart Working Room** e **Smart week** sono altri neologismi ormai entrate nelle proposte degli hotel, frutto dell'impatto dello smart working nell'hospitality. Quello che cambia è il concetto stesso di hotel: sempre più visto non solo come struttura dove pernottare (insieme a tutta una serie di servizi di hospitality), ma anche come **uso diurno dell'hotel** (pure a ore, in caso di utilizzo di spazi co-working).

Uno smart worker potrebbe scegliere l'hotel come luogo dove trascorrere la propria giornata di lavoro, magari quando è in trasferta, e usufruire di servizi quali sale per incontri, ristorante, piscina, palestra, posto auto, ambienti sanificati, etc.

INNOVAZIONI TECNOLOGICHE

Nuove app, nuovi tools, **rivoluzione 5G**, nuovi materiali, utilizzo dell'**intelligenza artificiale** e dell'**internet of Things**, uso della **robotica**, **machine learning**, **API** (Application Performance Interface), **blockchain** saranno le principali tecnologie che influenzeranno il settore: il tutto senza spersonalizzare il servizio e il contatto umano, ma per migliorarlo e velocizzarlo.

Lo sviluppo di queste tecnologie ha determinato cambiamenti dei comportamenti dei consumatori nelle diverse fasi di approccio al viaggio.

Una moderna struttura ricettiva dovrà essere pertanto dotata di una adeguata struttura tecnologica a tutti i livelli operativi, il che comporta una **progettazione adeguata ai rinnovati modelli gestionali**.

L'adozione di queste nuove tecnologie cambia inevitabilmente tutti i processi funzionali i: dal ricevimento dei clienti al loro arrivo, fino alla fruizione dei servizi on-demand sia in camera sia nelle zone comuni e verso l'esterno. Sarà fondamentale che la tecnologia, pur sofisticata nel back-side, sia intuitiva e di facile utilizzo per il cliente e per chi opera all'interno dell'albergo.

Tra le **applicazioni in ambito alberghiero**: servizi robotizzati, assistenti virtuali, scrivanie interattive, video wall, letti fluttuanti, mobile interface, voice control, biocheck-in

SOSTENIBILITÀ

Le scelte progettuali e le pratiche gestionali devono rispondere sempre di più ai principi di tutela ambientale e devono andare oltre a una pura logica di costi e di business. Ragionare in maniera integrata su **forma**, **dimensioni**, **attrezzatura ecologica** e **materiali dell'edificio** è ormai indispensabile per raggiungere l'obiettivo di abbattere le emissioni di CO2 e avere una maggiore efficienza energetica. Secondo il WTTC (World Travel and Tourism Council) adottare modelli di sviluppo sostenibili migliora l'efficienza energetica di circa il 20%.

Per gli alberghi, adottare criteri di sostenibilità ambientale è però anche una strategia di marketing, vista l'alta percentuale di coloro che privilegiano nella scelta quegli alberghi che scelgono criteri sostenibili.

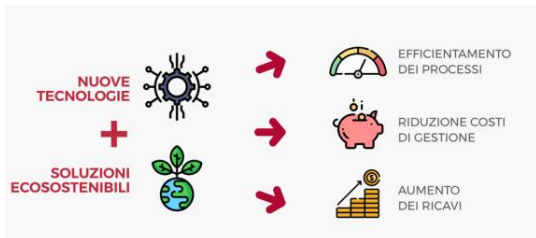
Come è stato per il fitness e i centri benessere nel passato, **l'essere ecosostenibili** in futuro non sarà più un plus per l'albergo, ma sarà un must, senza compromessi, adottando materiali, impianti e processi innovativi.

BLEISURE E WELLBEING

La parola **"bleisure"** deriva dalla contrazione di business e leisure. È un nuovo modo di intendere la struttura e la vacanza che vede la contaminazione tra vita privata e lavorativa.

Per quanto concerne il **wellbeing**, i cambiamenti sociali in atto vedono una sempre maggiore integrazione fra benessere del corpo e della mente, in chiave sostenibile, alla base delle nuove **Bio/Eco Spa**.

Nel futuro post Covid è lecito pensare che la tendenza si manifesterà sempre più, con significative evoluzioni dovute sia agli strascichi determinati dalla pandemia, sia all'evolversi dello stile di vita.



I VANTAGGI DI UNA REAZIONE REPENTINA AL CAMBIAMENTO

Adattare le strutture alberghiere alle nuove richieste della domanda significa anche avere un impatto positivo su molti degli aspetti di carattere economico-gestionale, sia per i gestori, sia per i proprietari.

La **riconversione degli spazi comuni** in aree per co-working, o anche in temporary shop e baby parking, può garantire una **stabilità dei flussi di ricavo in entrata**, pure in caso di riduzioni temporanee dei flussi ricettivi ordinari. Inoltre, **l'adozione di nuove tecnologie** (IoT) e di soluzioni architettonico-gestionali di **ecosostenibilità** ambientale comporta un **efficientamento dei processi e una riduzione dei costi di gestione**.

I **consumi energetici** rappresentano mediamente tra il **4 e l'8% del totale dei ricavi dell'hotel**.

Investendo nella corretta gestione degli impianti attraverso l'inserimento di sonde, rilevatori di temperatura, sensori per l'accensione delle luci, etc. si può ottenere **fino al 20% di risparmio sui consumi**, un risparmio complessivo pari all'1% dei ricavi e un **payback in meno due anni**.

Per avviare e concludere opere di adeguamento e rifunzionalizzazione a 360° - che comprendono la ridefinizione dei layout, la possibilità di personalizzazione degli spazi in funzione degli users, la digitalizzazione, il rinnovamento degli impianti, l'adozione di soluzioni eco-sostenibili - l'investimento iniziale, in base al grado di partenza dell'obsolescenza delle strutture, potrebbe oscillare da un **minimo di 200 €/mq a un massimo di 3.000€/mq**.

*"Tali investimenti se ben supportati da uno **studio di fattibilità** strategico e tecnico che generi un **progetto** coerente e focalizzato sulle esigenze della domanda, consentono alle strutture di **riposizionarsi sul mercato ricettivo** in quel limitato gruppo di realtà moderne, sostenibili e con alti livelli di efficienza gestionale e funzionale. Garantendosi così una solida brand awareness e un vantaggio competitivo. - spiega **Giovanni Sparvoli, Direttore Generale di Patrigest**, società di consulenza del Gruppo Gabetti specializzata in Valuation & Advisory - Secondo le nostre stime, un investimento mosso da queste leve avrà, grazie al proporzionale aumento di ricavi, un limitato e sicuro **payback period entro un minimo di 3 anni**. Infine, da non dimenticare anche la grande opportunità offerta dal Decreto Liquidità che, per sostenere il settore, permette la rivalutazione in bilancio delle strutture ricettive".*

IL GRUPPO GABETTI

Gabetti Property Solutions, attraverso le diverse linee di business delle società controllate, eroga servizi per l'intero sistema immobiliare, offrendo consulenza integrata per soddisfare esigenze e aspettative di privati, aziende e operatori istituzionali. Proprio da l'integrazione e dalla sinergia di tutti i servizi, emerge il valore aggiunto del gruppo: un modello unico rispetto ai competitor. Il sistema organizzativo di Gabetti Property Solutions consente l'integrazione e il coordinamento delle competenze specifiche di ciascuna società del Gruppo nell'ambito delle seguenti aree: Consulenza, Valorizzazione, Gestione, Intermediazione, Mediazione Creditizia e Assicurativa e Riquilibrificazione.

HOSPITALITY & LEISURE

Hospitality & Leisure, divisione del Gruppo Gabetti, offre consulenza e servizi mirati a investitori istituzionali, family offices, club deals, operatori specializzati e developers operanti nel settore turistico ricettivo in senso "ampio", supportandoli nella definizione delle strategie di valorizzazione, acquisizione o dismissione di singoli asset e di portafogli immobiliari ad uso ricettivo, di infrastrutture ed attrattori turistici come i Porti Turistici, i Campi da Golf, gli Impianti Termali, i Centri Congressi o i Parchi a Tema.

Gabetti Property Solutions

Milano, Roma, Genova, Torino, Padova, Firenze, Bologna, Napoli, Bari, Reggio Calabria

www.gabettigroup.com

PATRIGEST

Patrigest è la società di consulenza del Gruppo Gabetti specializzata in Valuation & Advisory nel settore immobiliare.

Con oltre 65 miliardi di euro di Asset Under Valuation nell'ultimo triennio, Patrigest offre un servizio di valutazione strutturato, basato su un'expertise consolidata e in linea con le best practice internazionali. Inoltre, grazie alla conoscenza dei dati di mercato e dei fattori che concorrono alla creazione di valore, propone una consulenza strategica indipendente e pratica, restituendo documenti chiari, professionali e su misura.

FEDERALBERGHI

Federalberghi è l'organizzazione nazionale maggiormente rappresentativa delle imprese turistico ricettive italiane.

Aderiscono alla Federazione 129 associazioni territoriali e 18 unioni regionali, in rappresentanza di oltre 27mila imprese.

La Federazione associa, oltre agli alberghi, anche altre categorie di operatori del settore turismo: terme, consorzi, catene, attività extralberghiere.

Federalberghi rappresenta le esigenze e le proposte delle imprese nei confronti delle istituzioni e delle organizzazioni politiche, economiche e sindacali e si propone di valorizzare gli interessi economici e sociali degli imprenditori turistici e di favorire il riconoscimento del loro ruolo sociale, l'affermazione dell'economia turistica, la promozione dell'offerta turistico ricettiva nazionale.

CONTATTI UFFICIO STAMPA

SEC Newgate - Tel. 02624999.1

Francesca Brambilla – bramilla@segrp.com – 3386272146

Daniele Pinosa – pinosa@segrp.com – 335 7233872

CONTATTI UFFICIO STAMPA FEDERALBERGHI

Barbara Bonura – bonura@federalberghi.it - 3387406453