

Giornale di interesse professionale per il turismo [Seguici su Facebook](#) [Segui @TravelQuot](#) [Guardaci su YouTube](#) [Segui i nostri Feed RSS](#) [Contattaci](#) [About](#)

Us Quien Somos <sup>16 February 2018</sup>

**Quotidiano**  
**Travel**  
www.travelquotidiano.com

- [HOME](#)
- [CHI SIAMO](#)
- [PUBBLICITÀ](#)
- [NEWSLETTER](#)
- [EVENTI](#)
- [ANNUNCI LAVORO](#)

- [WEBINAR](#)
- [REPORTAGE](#)

•

- [In Evidenza](#)
- [Trasporti](#)
- [Tour Operator](#)
- [Alberghi](#)
- [Enti, istituzioni e territorio](#)
- [Mercato e tecnologie](#)
- [Estero](#)
- [Incoming](#)
- [Tutte le ultime notizie](#)

## [Horwath Htl: sempre più brand in Italia, ma le transazioni alberghiere rimangono opache](#)

[ 0 ] 15 febbraio 2018 14:32

Cresce l'interesse di investitori e operatori internazionali verso la Penisola, mentre si registra un'inedita attività delle istituzioni nazionali nel settore e in particolare di Cassa depositi e prestiti, impegnata da qualche anno in operazioni di private equity, investimenti diretti in immobili turistici e conversioni di alcuni asset del patrimonio pubblico in strutture a vocazione ricettiva. Si spiega anche così la lenta, ma apparentemente inarrestabile espansione della presenza di catene in Italia: gli hotel brandizzati rappresentavano infatti il 3,9% dell'offerta totale nel 2013, mentre a fine 2017 la loro quota è salita al 4,5% per complessive 1.488 strutture. Stesso trend seguito dal numero delle camere, passato dal 13,2% di cinque anni fa al 15% dello scorso dicembre (164.196 in valore assoluto). Lo rivela l'ultimo rapporto «Hotels & chains in Italy 2018», realizzato da Horwath Htl in collaborazione con Confindustria alberghi e Cdp, e presentato in questi giorni presso il Met Bocconi.



A fronte di tali dati indubabilmente positivi pesano però ancora alcune criticità di fondo che minacciano di erodere almeno in parte le marginalità di operatori e investitori, ha spiegato il senior partner & managing director di Horwath Htl, Zoran Bačić. Il suo riferimento è soprattutto all'avvento del fenomeno sharing economy e alla crescente attenzione dei consumatori verso la variabile prezzo: un trend quest'ultimo che tende inevitabilmente a favorire una certa "commoditizzazione" del prodotto hotel. Infine da non sottovalutare è pure la generale opacità del settore degli investimenti alberghieri italiano, accompagnata da una ciclicità di difficile interpretazione. A testimoniarlo, i dati di Real Capital Analytics, citati dallo stesso Bačić: smentendo i numeri record recentemente

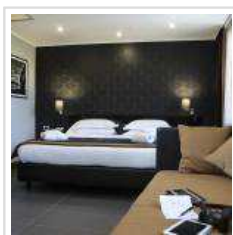
Questo sito o strumenti terzi da questo utilizzati si avvalgono di cookie. Chiudendo questo banner o cliccando su un link acconsenti all'uso dei cookie. [Chiudi](#) [Cookie Policy](#)

appena il 2,6% degli investimenti registrati in Europa nel real estate alberghiero, per un totale che si sarebbe fermato al di sotto dei 600 milioni di euro complessivi (lo studio prende in considerazione solo le operazioni sopra i 10 milioni di euro, ndr). Un dato nettamente inferiore all'anno precedente, quando le transazioni nella Penisola avevano superato gli 1,2 miliardo di euro (6,3% del totale del Vecchio continente), ma che segnala pure una certa marginalità del mercato tricolore. Pur su volumi complessivamente minori, appena sei anni fa, nel 2012, l'Italia pesava infatti per ben il 10,3% degli investimenti complessivi, avendo oltrepassato anche in quell'anno la soglia del miliardo di euro.

## Articoli che potrebbero interessarti:



**Marriott: Cabutti è il nuovo direttore area sales & distribution Sud Europa**



**Best Western Jfk Hotel, nuova affiliazione a Napoli**



**Melià Hotels & Resorts riduce il debito, vola l'utile netto**



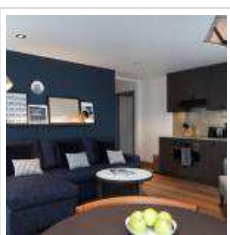
**AccorHotels si espande in Brasile con i 26 alberghi Bhg**



**Best Western Italia affida a Havas la nuova campagna**



**Trentino: un 2016 da record. Il 2017 è iniziato bene**



**Marriott International inaugura due Residence Inn a Londra**



**La Slovenia in Bit con il nuovo direttore**

**Clicca per lasciare un commento e visualizzare gli altri commenti**

**Travel Comunica**