

Investire nell'alberghiero



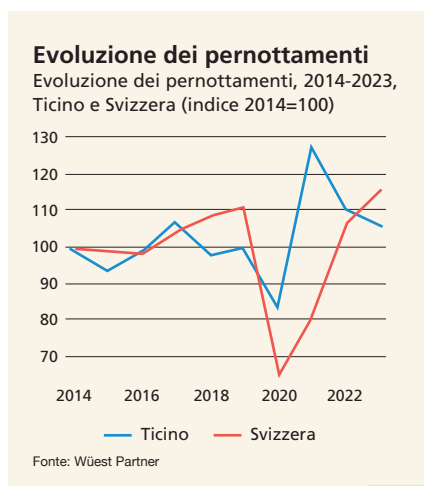
Dal 5 stelle superior al city hotel, gli alberghi sono prima di tutto immobili. Un'alternativa per investire nel real estate commerciale, che in Svizzera incontra l'evoluzione favorevole del turismo, in particolare premiato dalla clientela internazionale. Fondamentale un'offerta che sappia rispondere le nuove esigenze.

Dopo stagioni di risultati brillanti, la forza del franco poteva lasciar presagire una contrazione per il turismo in Svizzera, sia domestico - complice anche la voglia di cambiare orizzonte dopo gli anni in cui le restrizioni pandemiche hanno imposto di scegliere destinazioni in casa - sia estero. Ma la ben maggior pressione inflazionistica fuori confine ha sostenuto la domanda, frenando al contempo le partenze degli svizzeri verso lidi più lontani. Così, dopo il record del 2023 con 41,8 milioni di pernottamenti registrati - circa 3,5 milioni in più del 2022 e quasi 2,2 milioni del 2019 - l'industria alberghiera ha buone ragioni di puntare a superarsi nuovamente quest'anno, mirando a sfondare la soglia dei 43 milioni.

Se la statistica parla di notti, letti o camere, gli alberghi - dal 5 stelle superior al BnB, dalla grande catena internazionale all'hotel de charme - sono prima di tutto immobili. Per una volta può dunque essere interessante leggere i dati del settore valutandone l'impatto sul real estate.

«Proprio come il mercato immobiliare svizzero nel suo complesso nel 2023 è stato caratterizzato da prezzi relativamente stabili, ma allo stesso tempo da un numero significativamente inferiore di transazioni, anche nel segmento al-

Investimenti come quello di Six Senses a Crans-Montana (sopra) o il Mandarin Oriental Savoy di Zurigo, inaugurati nel 2023 - nuovo anno da record per il turismo svizzero - confermano l'attrattività del mercato per i grandi gruppi alberghieri internazionali.



berghiero si è osservato un forte calo del volume di operazioni. Il contesto di mercato suggerisce però che presto tornerà a crescere. Oltre all'elevato numero di pernottamenti e all'aumento delle tariffe delle camere, dovrebbe concorrere anche la riduzione dei tassi di interesse operata dalla Bns sin da marzo e ora

giunta al terzo taglio, favorendo insieme al rallentamento dell'inflazione risultati operativi migliori», osserva Andrea Boschetti, manager di Wüest Partner, che con il suo *Hospitality Report* monitora l'andamento di questo specifico segmento. Complessivamente il valore di mercato di tutte le proprietà alberghiere svizzere si attesta a 33,1 miliardi di franchi. I prezzi più alti si registrano nella regione di Zurigo (288mila franchi; +2,8%), seguita da Ginevra (277mila; +0,4%), Canton Vaud (262mila; +0,4%) e la regione di Berna (227mila; +3,2%), mentre in Ticino ci si colloca su 207mila (+0,5%).

Con una crescita del 2%, l'andamento dei pernottamenti del primo semestre di quest'anno conferma il momento positivo per il turismo in Svizzera, in particolare con un incremento dei visitatori stranieri del 4,7%, che controbilancia la lieve contrazione degli ospiti indigeni (-0,6%). «Malgrado l'anno scorso i valori delle proprietà alberghiere svizzere non abbiano ancora beneficiato dello slancio turistico, a differenza del mercato delle seconde case (condomini: +6,6%, case unifamiliari: +10,0%), proprio in questi mesi dovrebbe tornare a registrarsi un leggero aumento, indicativo del rinnovato interesse per gli hotel come proprietà d'investimento», precisa Andrea Boschetti.

Il convegno annuale che Wüest Partner organizza a settembre a Lugano, è stata l'occasione per proporre un focus sulle prospettive del segmento Hospitality, con un affondo anche sul mercato ticinese per cui il settore turistico riveste particolare peso. In controtendenza rispetto alla norma che lo vede recepire con un certo ritardo i trend nazionali, il Ticino sta questa volta precedendo la fase di normalizzazione dopo l'eccezionale 2021 e il buonissimo 2022, complice anche la penalizzazione della chiusura del tunnel ferroviario del Gottardo cui, nella prima parte di quest'anno si è aggiunta una meteorologia inclemente. «Nonostante questa flessione, nel 2023 le cifre sono rimaste al di sopra dei livelli prepandemici. Anche l'offerta alberghiera ticinese è leggermente cresciuta rispetto al 2019, dello 0,4% (Svizzera: +2,8%), dimostrando resilienza, ed è stabile a livello strutturale, costituita soprattutto da strutture relativamente piccole, con dimensioni costanti dal 2014», illustra Delia Dabaghi, Senior Consultant di Wüest Partner specializzata nel settore Hospitality.

Se su scala nazionale la media di camere per struttura, attualmente a 33, sta aumentando, complice lo sbarco anche di catene internazionali, in Ticino si scende a 23/24. Ciò non esclude un buon dinamismo, in particolare nella regione Lago Maggiore e valli, dove questo hanno già aperto le loro porte il nuovo Seven Town House Boutique Hotel del Gruppo Seven in centro a Locarno, che abbina ospitalità e gastronomia haute de gamme; un progetto della catena Hampton by Hilton all'ex Agie a Losone, che offre un'oasi del relax con un centinaio di camere; il Resort&Spa del gruppo tedesco Dorint sul sedime dell'ex Polivideo a Riazzino; in attesa della rinascita, nel 2026, di un'icona della storia alberghiera ticinese, il Grand Hotel Locarno di Muralto, al centro del grande progetto di ristrutturazione e sviluppo affidato ad Artisa Group. Mentre nel Mendrisiotto si sperimentano formati alternativi come l'hotel diffuso del Monte Generoso, cui si è aggiunta di recente l'apertura della capanna Alpe di Caviano, per ora rimane più statico il Luganese - che per servire i suoi convegni avrebbe però bisogno di nuove strutture e concetti - dominato dal prestigio dei suoi storici Grand Hotel, che non escludono però qualche nuova iniziativa, come il B5 Boutique Hotel Lugano, che introduce un

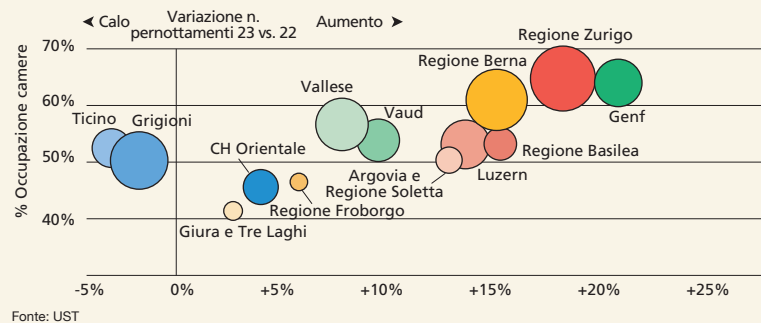
«Malgrado, a differenza delle seconde case, lo scorso anno i valori delle proprietà alberghiere svizzere non abbiano ancora beneficiato dello slancio turistico, dovrebbe ora tornare a registrarsi un leggero aumento, indicativo del rinnovato interesse per gli hotel come proprietà d'investimento»

Andrea Boschetti,
Manager di Wüest Partner

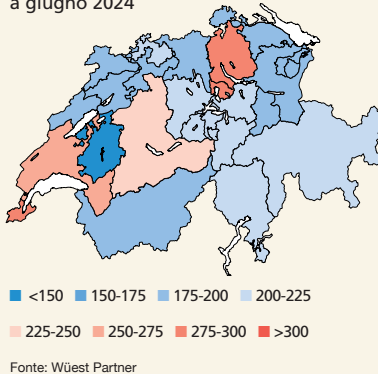


Performance delle regioni turistiche nel 2023 vs 2022

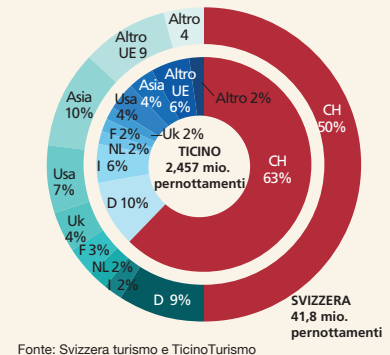
Variazione % numero pernottamenti 23 vs 22 e % occupazione camere 2023, area cerchio proporzionale alle notti 2023



Valore di mercato per camera in migliaia Chf, per regione turistica a giugno 2024



Provenienza degli ospiti in %, Svizzera (anello esterno) e Ticino (anello interno), 2023



innovativo concetto di soggiorno sostenibile, abbinato allo stile cosmopolita degli interni in collaborazione con Nordisk Lugano e opere d'arte di talenti locali e internazionali, curate da Galleria Doppia V. **Intercettare i trend futuri.** Per capire dove sia più interessante investire in strutture ricettive e quali siano i concetti più redditizi da sviluppare, sia attraverso ammodernamenti e ristrutturazioni dell'esistente, sia con progetti ex novo,

Nell'insieme il valore di mercato delle proprietà alberghiere svizzere si attesta a 33,1 miliardi di franchi. A beneficiare nel 2023 del nuovo record di pernottamenti, soprattutto i centri urbani di Zurigo e Ginevra, dove si registrano anche i valori più elevati per camera. Crescono in particolare gli ospiti stranieri provenienti da mercati lontani, Usa e Asia in testa. Essenziale investire per incontrarne le preferenze.



«Il turismo del benessere è in crescita esponenziale e numerosi attori del settore stanno rispondendo rapidamente alla domanda. Non solo incontra la sensibilità dei turisti, ma a livello strategico ha il potenziale di allungare la stagione»

Delia Dabaghi,
Senior Consultant
di Wüest Partner

è fondamentale prevedere quali saranno le destinazioni più richieste, la tipologia di clientela e l'evoluzione di abitudini e preferenze.

«Su scala nazionale, nel 2023 ad aver registrato la più forte crescita media dei pernottamenti, pari al 12-17%, sono state le regioni turistiche dell'area metropolitana, cui ha corrisposto anche un marcato incremento dei prezzi delle camere, circa dell'8%. Centri urbani come Zurigo e Ginevra continuano a registrare i tassi di occupazione più elevati, ma si può prevedere che la tendenza, dovuta anche alla ripresa ritardata nel postpandemia, sia destinata a stabilizzarsi nel prossimo anno», commenta Andrea Boschetti.

Se i pernottamenti domestici sono rimasti pressoché invariati rispetto all'anno precedente (-1,1%), oltre il 20% in più è stato registrato da ospiti provenienti dall'estero. Stati Uniti (3,1 milioni, +33%) e Regno Unito (1,7 milioni di pernottamenti, +24%) hanno segnato la crescita relativa più elevata. Significativo anche l'incremento di arrivi dall'Asia: Cina (0,5 milioni, +314%), Corea del Sud (0,4 milioni, +151%), India (0,6 milioni, +59%), Giappone (0,2 milioni, +130%).

«In Ticino, dove prevalgono come sempre gli ospiti locali (63% nel 2023), i turisti stranieri sono comunque tornati ai livelli prepandemici, Germania in testa, includendo un numero crescente di

arrivi da mercati lontani, con un peso crescente dei turisti statunitensi che con le loro caratteristiche presentano un potenziale particolarmente interessante per l'industria: altospendenti, prenotano con largo anticipo e optano per soggiorni più lunghi», sottolinea Delia Dabaghi.

Accanto alle sfide cui il settore è chiamato a rispondere, tra cui la carenza di personale qualificato e le insicurezze globali e politiche, non mancano le opportunità da cogliere, con un forte potenziale di ottimizzazione su diversi livelli: se la sostenibilità spadroneggia anche qui, imponendo di allineare l'offerta ai valori della clientela che si orienta sempre più su strutture alberghiere che rispondano a criteri Esg, gli altri due pilastri sono la digitalizzazione - una sfida non solo per le realtà più piccole, ma anche per quelle storiche che devono aggiornare la loro infrastruttura e i sistemi gestionali - e il wellness. «Il turismo del benessere è in esponenziale crescita e numerosi attori del settore stanno rispondendo rapidamente alla domanda. Non solo incontra la sensibilità dei turisti, che dalla pandemia in poi hanno sviluppato una maggior attenzione sui temi della salute e della cura di sé, ma a livello strategico ha il potenziale di allungare la stagione. Lo vediamo nelle località alpine, con Grand Hotel storici e nuovi nomi che sempre più svi-

Il sostegno della Società svizzera di credito alberghiero



Con sede a Zurigo, la Società svizzera di credito alberghiero (Sca) si occupa dell'attuazione della promozione dell'industria alberghiera per conto della Confederazione, con lo scopo di preservarne e migliorarne la competitività e la sostenibilità economica. Come società cooperativa conta 640 membri: Confe-

derazione, banche, cantoni, comuni e i vari rappresentanti del settore turistico e alberghiero. «Ci focalizziamo su alberghi di piccole e medie dimensioni, in regioni turistiche sottoposte alle maggiori fluttuazioni stagionali. I destinatari dei nostri prestiti sono aziende del settore competitive, con una sana situazione di reddito, alle quali prestiti subordinati con tassi convenienti permettono di colmare le lacune tra fondi propri, finanziamenti bancari e altre fonti di finanziamento. Valutando le prospettive di reddito, possiamo concedere prestiti

superiori ai limiti applicati dalle banche, a tasso agevolato, con ammortamento a 15-20 anni», spiega Peter Gloor (in foto), direttore della Sca.

Dopo il calo di domande di cofinanziamento nel 2023, con 18,4 milioni di franchi di prestiti concessi, la richiesta è tornata ad aumentare nel primo trimestre del 2024. «Nel 2023 i buoni risultati operativi degli ultimi anni hanno permesso a molte aziende di finanziare autonomamente i propri investimenti. In secondo luogo, c'è ancora molta liquidità dagli anni precedenti e le banche commerciali hanno una visione positiva dei finanziamenti nel settore. Quest'anno riteniamo che i tassi di interesse nuovamente favorevoli avranno un impatto positivo sulle decisioni di investimento. Continueremo a monitorare da vicino gli sviluppi della situazione di rischio, per indirizzare il nostro sostegno verso aziende e progetti commercialmente validi e non incoraggiare il mantenimento delle strutture», anticipa Peter Gloor.

Nell'ambito dei servizi di consulenza, oltre ai mandati tradizionali, l'attenzione della Sca continuerà a concentrarsi sulle questioni più complesse relative alla legislazione sulle seconde case e alle valutazioni aziendali.

luppano l'offerta Spa e trattamenti, si può prendere l'esempio del gruppo Six Senses che l'anno scorso ha aperto a Crans-Montana un nuovo hotel allo stato dell'arte», conclude Delia Dabaghi.

Riposizionamenti strategici. Il settore alberghiero ha dunque diverse opportunità per gestire al meglio le attuali sfide e garantire un'offerta mirata approfittando delle emergenti tendenze, rendendolo un settore molto interessante anche dal punto di vista degli investimenti immobiliari. Lo conferma l'esperienza di un attore di primissimo piano dell'immobiliare svizzero, leader del segmento commerciale, Psp Swiss Property. Nel suo prestigioso portafoglio da 9,7 miliardi di franchi, tutte proprietà collocate nel cuore dei centri economici svizzeri, Zurigo e Ginevra in prima linea (75% del valore del portafoglio), seguite da Berna, Losanna e Basilea, trovano spazio anche alcuni progetti a destinazione alberghiera. «I nostri 157 immobili sono principalmente a uso ufficio e commerciale, in zone centralissime caratterizzate da un mercato del lavoro molto forte, con la presenza di importanti sedi di società di diversi settori. Accanto a retail e ristorazione di alta gamma, vediamo nei city hotel un'ulteriore alternativa per portare valore aggiunto alle nostre microlocation, offrendo un servizio in più ai nostri 'inquilini' e alla clientela che li raggiunge in visita. Al di fuori di questo contesto molto specifico, non siamo però attivi nel segmento hospitality e, anche a livello contrattuale, non entriamo nell'operatività dei gruppi che gestiscono le strutture, stipulando contratti di lunga durata molto simili a quelli dell'immobile per uffici», spiega Giacomo Balzarini, Ceo di Psp Swiss Property.

Così, ad esempio, il recentissimo acquisto, quest'estate, per 58 milioni di franchi, dell'immobile storico, nel cuore del Quartier des Banques ginevrino, di proprietà di Edmond de Rothschild è stato accompagnato già in sede di transazione dall'elaborazione di un'opzione di sviluppo insieme a un operatore alberghiero per poterlo attuare dopo la partenza della banca, che rimarrà come affittuaria fino al giugno 2026. Un riposizionamento destinato a rendere ancor più interessante

«Accanto a retail e ristorazione di alta gamma, vediamo nei city hotel un'ulteriore alternativa per portare valore aggiunto ai nostri prestigiosi immobili di uffici nei principali centri economici svizzeri, offrendo un servizio complementare ai nostri "inquilini" e alla clientela che li raggiunge in visita»

Giacomo Balzarini,
Ceo Psp Swiss Property



Dal prestigioso portafoglio di Psp in location centralissime, due esempi innovativi di conversione di immobili commerciali in alberghi che sono andati ad arricchire e diversificare la sua offerta. Sopra, il gruppo olandese CitizenM a Ginevra ha reinterpretato un tipico edificio da uffici con il suo concetto di "affordable luxury". Accanto, il gruppo tedesco Ruby Hotels & Resorts ha portato la sua esclusività all'avanguardia e contemporanea nel meraviglioso edificio Belle Époque a Zurigo che ospitava un cinema.

questo quartiere per Psp Swiss Property, che qui possiede già altri cinque immobili.

Ovviamente la ridestinazione d'uso richiede un alto investimento iniziale per convertire gli spazi di quelli che in origine sono per lo più stabili di uffici nella sintassi di camere e servizi tipica di un hotel - ma anche aree comuni, sempre più importanti - e per aggiornarne la dotazione tecnologica. Gli immobili che entrano nel

portafoglio di Psp Swiss Property sono infatti molto spesso edifici d'epoca, il che offre sì un valore aggiunto e grande charme alla location, ma impone anche un lavoro di concerto con la Protezione dei Beni culturali e il rispetto di precisi parametri sugli interventi. Ma con quale prospettiva di ritorno? «La redditività può essere superiore a quella già ottima del nostro prime office; in certi casi e a

seconda della location fra il 5 e il 10% superiore ai precedenti affitti, risultati che riusciamo ad assicurare grazie ai nostri interventi di ristrutturazione. Più difficile da quantificare, ma innegabile, l'impatto positivo sulle nostre altre proprietà vicine. Inoltre un significativo vantaggio è la lunga durata di questa tipologia di contratti, tipicamente di 20-25 anni, a condizioni fisse, cui si aggiunge un extra in base al fatturato. Solitamente, rispetto alle stime iniziali, constatiamo un netto incremento dei prezzi delle camere. Gli operatori dei city hotel, che si sono molto sviluppati negli ultimi anni, sono in grado di ottenere una maggiore marginalità rispetto all'hôtellerie tradizionale, sia perché utilizzano strutture modulari e flessibili, sia riuscendo a limitare la necessità di personale grazie all'automazione, ad esempio con le procedure di self check-in/out. L'importante, per affrontare le oscillazioni cui il segmento hospitality può essere soggetto, come ha ricordato la pandemia colpendo in particolare il turismo dei centri urbani e business, è orientarsi verso partner solidi, in grado di compensare le fluttuazioni, e che puntino su un concetto forte», precisa il Ceo di Psp.

Dunque nuove formule, contemporanee, di hospitality, improntate a un lusso accessibile, molto apprezzato dalla clientela business internazionale e dalle nuove generazioni, esigenti ma attente ai costi: posizione privilegiata con ottimi collegamenti con i trasporti pubblici, design moderno, alta tecnologia, ...

«Non tutti gli edifici sono però idonei. Un caso esemplare è il nostro immobile in Rue du Marché 40, a Ginevra: posizione centralissima, ottimamente collegato, con una struttura che si prestava alla perfezione a ospitare delle camere di hotel, basta guardare dall'esterno la facciata scandita da tante finestre ravvicinate: un candidato ideale per la filosofia di 'affordable luxury' del gruppo olandese CitizenM, che nel 2020 ha aperto qui un concept hotel con 144 camere», esemplifica Giacomo Balzarini.



Sopra, uno dei primi incontri di Psp con l'hospitality, sul suo sito Hurlimann a Zurigo, che oltre alla più grande sede R&D di Google fuori dagli Usa, sfrutta la sorgente sotterranea una volta impiegata per la produzione di birra per un'originale Resort&Spa.



Sopra, la prestigiosa sede di Edmond de Rothschild nel Quartier des Banques ginevrino, appena acquistata da Psp, potrebbe diventare un hotel. Sotto, la fotovoltaica Grosspeter Tower, sempre di Psp, presso la stazione di Basilea ospita anche un Ibis hotel.



Ci sono progetti ancor più originali, come una fra i primi incontri di Psp con l'hospitality, l'Hotel B2 sul suo sito Hurlimann a Zurigo. Un tempo ospitava il più grande birrificio in Svizzera, oggi la più grande sede R&D di Google fuori dagli Stati Uniti. Si è deciso di sfruttare la sorgente termale una volta impiegata

per la produzione della birra, un unicum nel centro di Zurigo, per farne una Spa. Congiuntamente Turicum Lifestyle Hospitality Management ha sviluppato il concetto "B2 - boutique e bookmark hotel" (il fulcro è una biblioteca di 33 mila volumi sulla storia della birra): 60 camere arredate in modo elegante e funzionale, integrando pezzi di design ed elementi industrial chic originali per offrire una "urban sleeping experience".

«Guardiamo con interesse anche a un'altra declinazione dell'hospitality, i serviced apartments, che costituiscono sempre una forma di utilizzo commerciale dell'immobile ma proponendo una versione di 'extend hotel', ideale per le esigenze della clientela business metropolitana. In particolare, stiamo approfondendo la partnership con City Pop di Artisa Group, che con il suo concetto abitativo innovativo propone appartamenti completamente arredati, funzionali e confortevoli, spazi comuni appositamente progettati e una vasta gamma di servizi aggiuntivi, nelle zone più strategiche della città, proprio come quelle che noi possiamo offrire. Ad esempio, a Basilea, nella zona della stazione dove già siamo presenti con la Grosspeter Tower e un Ibis Hotel, metà di un nuovo palazzo che stiamo ristrutturando diventerà un City pop e seguirà poi Berna», anticipa il Ceo.

Fondamentale l'attenzione alla sostenibilità, già implicita nell'ubicazione centrale degli immobili di Psp Swiss Property, che permettono di rinunciare all'auto. Per il suo intero portafoglio, si impegna inoltre nella preservazione delle risorse e nella riduzione al minimo delle emissioni di CO2 durante l'intero ciclo di vita degli edifici, puntando sulle fonti rinnovabili per i sistemi energetici e gli impianti di condizionamento e riscaldamento, sulla flessibilità d'uso, così come su un inserimento nel tessuto urbano che possa generare valore economico e sociale. Una vocazione, quest'ultima, che l'industria dell'ospitalità porta nel suo Dna.

Susanna Cattaneo