Nel turismo si vince con il gioco di squadra

breglia-54e112e4

Un settore resiliente, dal positivo impatto sul sistema paese e con un futuro promettente sotto il profilo della crescita. È questo il ritratto del comparto turistico fatto da esperti e investitori immobiliari. Professionisti che vivono di numeri e su quelli – e non certo su semplici sensazioni – basano le loro analisi. *«Dal 1980 al 2000 –* esordisce **Mario Breglia**, fondatore di Scenari Immobiliari *– i movimenti turistici mondiali sono passati da 200 milioni a 650 milioni. Una cifra che si è nuovamente triplicata tra il 2001 e il 2022, chiuso con 1.900 milioni di spostamenti turistici. Se si continuasse con questo ritmo,* ***nel 2045 potremmo superare i 5 miliardi a livello globale*** *e questo vorrebbe dire che a muoversi per ragioni turistiche sarebbe quasi il 40% della popolazione mondiale, contro meno del 10% dei primi anni 2000».*

Attenzione: ciò non significa che sia tutto semplice, perché **i flussi turistici** – come ricorda Breglia – **sono crescenti nel lungo periodo, ma nel breve possono soffrire di instabilità politiche, economiche o di altra natura**: *«Basti pensare alle conseguenze dell'attacco alle Torri Gemelle nel 2001 e della pandemia a partire dal 2020. Ci sono inoltre Paesi che si sono aperti al turismo internazionale, per poi richiudersi. È il caso della Russia e, seppur per motivazioni diverse, della Cina e dell'India. Se guardiamo all'Italia* – prosegue Breglia *– l'aspetto positivo è che* ***sono emerse destinazioni turistiche che anche solo dieci anni non erano considerate tali.*** *Teniamo presente che livello mondiale l'ospitalità, escludendo la ristorazione, vale 10.000 miliardi di dollari e rappresenta quasi il 10% del prodotto interno lordo globale. Si tratta, però, di un mercato competitivo, che va affrontato in un'ottica di sistema, facendo rete e organizzando l'offerta in modo tale da rispondere a una domanda che abbiamo visto essere solida».*



Tra gli operatori chiamati a fare rete ci sono gli investitori immobiliari, che acquistano gli alberghi e forniscono il capitale per riposizionarli e rilanciarne l'attività. **Giampiero Schiavo** è Amministratore Delegato di Castello SGR, società di gestione del risparmio che ha fatto da

apripista a livello nazionale, cominciando a investire in strutture alberghiere nel 2008: *«Lo scorso anno in Italia il tasso di occupazione media delle strutture alberghiere è stato del 67% a fronte di una tariffa media giornaliera intorno ai 240 euro e di un revaPAR, cioè ricavo per camera disponibile, assestato sui 161 euro. Inoltre, il turismo ha prodotto quasi il 13% del nostro PIL».*

Sempre adottando una logica di sistema, è utile avere chiare le idee su quale clientela si vuole conquistare e sono ancora i numeri a fare da guida: *«Oggi l'1% della popolazione mondiale controlla il 45% della ricchezza globale* – afferma Schiavo – *e se restringiamo la forchetta, scopriamo che lo 0,2% ne controlla il 37% circa.* ***Puntare sul lusso non è un discorso classista, ma economico****: se per ogni euro speso in ospitalità, mediamente se ne spendono altri due in servizi come lo shopping e il food & beverage, nel segmento luxury si sale a tre euro. Essere in grado di intercettare la clientela alto spendente ha ricadute positive sull'intero settore».*

Schiavo cita **la Puglia**, che grazie a un buon lavoro di squadra tra operatori e territorio, in termini di infrastrutture e marketing, **è riuscita ad affiancare a un turismo di fascia media** – che è tuttora presente e importante – **un'offerta top luxury**, che l'ha resa una meta molto ambita dai grandi brand dell'hôtellerie. *«Un altro caso emblematico è la Costa Smeralda* – continua l'Amministratore Delegato di Castello SGR – *che pur con un numero di posti letto abbastanza risicato, è il campionato mondiale del turismo, in cui tutti vogliono essere presenti e dunque investire. A mio avviso, l'ospitalità va considerata un'infrastruttura che inizia laddove finiscono le altre infrastrutture, intese come aeroporti, strade e autostrade. In termini di investimenti immobiliari, questo significa lavorare non con un approccio mordi e fuggi, limitato a due o tre anni, ma dandosi orizzonti temporali più ampi. Con la consapevolezza che riposizionando l'offerta alberghiera e accrescendo i flussi turistici si innesca un circolo virtuoso fatto di più occupazione, maggiori introiti fiscali per le casse pubbliche e impatto positivo sul territorio e sull'economia locale».*