

## Deloitte: cresce il mercato dei Serviced Apartments in Italia Giro d'affari da 2,4 miliardi di euro, previsto un +15% in 3 anni

- In Europa l'Italia ha una quota di mercato del 7%, Spagna prima con un fatturato di 7,4 miliardi
- Italia prima per offerta alberghiera con 30 miliardi di fatturato e una quota di mercato del 15%
- Quasi 3 milioni i Serviced Apartments in tutto il continente, 280 mila in Italia
- Wi-fi, cucina e supporto h24 le caratteristiche più richieste dei Serviced Apartments
- Sei operatori su 10 prevedono di espandersi sul mercato italiano nel prossimo triennio
- Intelligenza Artificiale: un terzo del campione sta già usando soluzioni come chatbot e automatizzazione del check-in, per il 64% la sfida è l'integrazione con i sistemi preesistenti
- Grandi città come Roma, Milano, Venezia e Firenze al top per attrattività per gli investitori
- L'80% degli operatori consapevole dell'importanza dei temi ESG con focus sulla riduzione delle emissioni, degli sprechi, dei consumi energetici e idrici

**Milano, 3 luglio 2024** – Grandi prospettive di crescita in Italia per i Serviced Apartments, ovvero le soluzioni residenziali dotate di elementi di interior design personalizzati e facility alberghiere (house keeping, concierge, servizio in camera, supporto clienti 24/24), spesso posti all'interno di un complesso immobiliare in cui si trovano aree comuni in linea con quelle offerte dalle strutture alberghiere (area fitness/spa, piscina).

In Italia si registra un giro d'affari di 2,4 miliardi di euro con una quota di mercato pari al 7%, dietro a Spagna, Francia, Grecia e Regno Unito, ma gli operatori prevedono una crescita del fatturato del +15% e sei intervistati su 10 si dichiarano pronti ad investire nel nostro Paese nei prossimi tre anni.

«I Serviced Apartments sono uno dei settori emergenti dell'Hospitality con maggiori potenzialità di sviluppo nei prossimi anni», spiega **Angela D'Amico, Partner Financial Advisory e Real Estate Sector Leader di Deloitte**. «C'è grande ottimismo sui rendimenti attesi: gli investitori ritengono che l'investimento in Serviced Apartments sia più redditizio rispetto al settore della locazione residenziale. Per i prossimi anni, possiamo attenderci un aumento degli investimenti generati sia dalle politiche di espansione dei brand già presenti sul territorio, sia dall'ingresso di nuovi operatori internazionali», dichiara D'Amico commentando lo studio "**Serviced Apartments, an emergent Hospitality Sector**", un'analisi su tendenze di mercato, modelli gestionali, performance economiche, politiche di sostenibilità ambientale e uso dell'Intelligenza nei Serviced Apartments in Europa.

### **Italia quinta in classifica con un fatturato da 2,4 miliardi di euro, ma prima nel mercato alberghiero**

Un'analisi del mercato europeo dei Serviced Apartments nel 2023 vede l'Italia posizionarsi al quinto posto per fatturato annuo, con poco più di 2,4 miliardi di euro. Ad occupare le prime posizioni di questo ranking sono Spagna (7,4 miliardi) – che si conferma il Paese leader nel mercato con una quota di mercato del 23% – Francia (4,6 miliardi), Grecia (3,6 miliardi) e Regno Unito (3,5 miliardi). Tale classifica si inverte se si considera, invece, il mercato alberghiero. In questo contesto, l'Italia si posiziona al primo posto in Europa, registrando un fatturato di oltre 30 miliardi di euro che vale il 15% dell'intero mercato. Seguono il Regno Unito e la Francia, mentre la Spagna si colloca al quarto posto.

## **Quanti sono i Serviced Apartments: quasi 3 milioni in Europa, Francia in testa con 800 mila appartamenti**

Nel 2023 il mercato europeo è arrivato a sfiorare i 3 milioni di unità: il Paese con il maggior numero di appartamenti è la Francia, con oltre 800 mila unità, seguita dalla Spagna (420 mila unità), dal Regno Unito (310 mila unità) e infine dall'Italia. Ad oggi, nel nostro Paese si registrano circa 280 mila proprietà: un numero che rappresenta una quota di mercato del 10% circa. Anche in questo caso la situazione è nettamente diversa se analizziamo l'offerta alberghiera. L'Italia è in assoluto la prima destinazione in Europa per numero di hotel (quasi 32.000) e numero di camere (quasi 1,1 milioni), con una quota di mercato del 21%, seguita dalla Germania e dalla Francia.

## **Caratteristiche della domanda: clienti a metà tra business e leisure, 7 su 10 sono soggiorni brevi**

Dallo studio emerge una domanda distribuita nelle due macro-segmentazioni principali: business 49% e leisure 51%. È interessante notare come, nonostante i soggiorni di breve durata (meno di 30 notti) siano quelli più frequenti (con una permanenza media di circa una settimana), i soggiorni di lunga durata (più di 30 notti) costituiscono una fetta significativa della domanda, pari a quasi il 30%. Inoltre, i clienti preferiscono prenotare il loro soggiorno utilizzando Online Travel Agencies (OTA) e i siti web degli appartamenti. Solo il 20% dei viaggiatori prenotano tramite aziende di travel management (agenzie di viaggio e tour operator) e agenzie specializzate in Serviced Apartments.

## **I servizi più richiesti dai clienti: il wi-fi è un must, importanti anche la cucina e il supporto h24**

La presenza di una connessione wi-fi è considerata imprescindibile e risulta come la principale caratteristica ricercata dai clienti. Alta anche la percentuale di chi vuole appartamenti che offrono attrezzature per cucinare (76%) e un supporto h24 (70%) in caso di necessità. Di minore importanza sono ritenute la presenza di aree dedicate alle famiglie (51%) e le reception presidiate (49%).

## **Prospettive per l'Italia: 7 intervistati su 10 sono ottimisti, stime di crescita del fatturato a +15%**

Per il 2024 si stima una occupancy (percentuale di occupazione camere) di circa l'80% e un prezzo medio per unità venduta (ADR) di quasi 270 euro a notte. Più del 70% degli intervistati è fiducioso relativamente alla crescita delle performance negli anni a seguire con un incremento stimato del fatturato intorno al +15% in media nel prossimo triennio.

## **Investimenti: l'Italia è il mercato che potrebbe crescere di più con 350 nuove unità per operatore**

Quasi il 60% degli intervistati prevede di espandersi nel mercato italiano nel prossimo triennio, mentre solo il 6% non considera attrattiva la destinazione Italia. Secondo gli intervistati, l'Italia è considerata la destinazione europea che si svilupperà di più nei prossimi 3 anni (21% degli intervistati), seguita da Spagna (16%), Germania, Francia e Regno Unito (tutte al 10%). Inoltre, anche tra chi per ora non ha investito in Serviced Apartments, il 60% ha già pianificato di inserire tale tipologia di asset nel proprio portafoglio investimenti e di entrare nel mercato italiano entro i prossimi 2-3 anni. Il restante 40%, infine, non lo esclude per il futuro. Sulla base di queste stime, nei prossimi 3 anni si prevede una media di 350 nuovi appartamenti per operatore in Italia.

## **Grandi città al top per attrattività, burocrazia ostacolo per un terzo di chi non investe sull'Italia**

Le grandi città come Roma, Milano, Venezia e Firenze sono i luoghi più interessanti per investire secondo gli operatori del settore (74%). Dopo i capoluoghi, seguono per attrattività le città secondarie (64%), le località di lago (30%), di mare (30%) e di montagna (28%). Tra gli operatori che non puntano sull'Italia gran parte (64%) lamenta la mancanza di asset allineati alla propria strategia di sviluppo, mentre il 29%, è scoraggiato dalle difficoltà burocratiche. Tra gli altri fattori, influenza la difficoltà a reperire personale qualificato, la mancanza di benefici fiscali percepiti e le minacce della concorrenza.

## **Sostenibilità, 8 operatori su 10 consapevoli dell'importanza dei temi ESG**

La sostenibilità ambientale è un tema di estremo interesse per gli attori intervistati, che destinano circa il 20% del proprio budget a queste finalità e divulgano, di solito con cadenza annuale, un sustainability report. Più di 8 operatori su 10, inoltre, dichiarano di comprendere l'importanza degli investimenti in quest'ambito: tra gli obiettivi dichiarati dagli intervistati la riduzione degli sprechi (88%), dei consumi energetici (86%), dei consumi idrici (81%) e delle emissioni (77%). Tra le misure più popolari adottate figurano i sensori di luce e movimento in camera (86%) e l'uso di fonti di energia rinnovabile (81%). Grazie agli investimenti in sostenibilità gli operatori si aspettano un aumento del rental value del +23% e del capital value del +18%.

## **Intelligenza Artificiale, un terzo la sta già sperimentando, il 19% lo farà entro il 2024**

Circa un terzo del campione di indagine dichiara di avere già implementato soluzioni di Intelligenza Artificiale nelle proprie strutture, mentre un ulteriore 19% ha intenzione di usarla entro il 2024. Un 64% degli intervistati, invece, spiega che il principale ostacolo alla diffusione di questa tecnologia innovativa, resta la difficoltà ad integrarsi con i sistemi preesistenti. In futuro ci si aspetta che l'AI diventi un alleato indispensabile per svolgere alcune mansioni: dall'interazione diretta con la clientela, grazie ai chatbot (69%), all'automatizzazione delle procedure di check-in e check-out (67%), fino alla personalizzazione del soggiorno (56%).

## **I modelli di gestione: predominano Management Agreement, Lease e Gestione Diretta**

Il mercato si caratterizza per una presenza abbastanza omogenea dei principali modelli gestionali: Management Agreement, Lease e Gestione Diretta. Il Franchise, invece, al momento risulta marginale. La tendenza futura (prossimo triennio) vedrà ridurre sensibilmente la percentuale della Gestione Diretta a favore del Management Agreement e del Franchise, mentre rimane quasi costante la percentuale dei Lease.