

the *Bulletin*

READER'S DIGEST IN
ABBONAMENTO MENSILE
SU HOSPITALITY
REAL ESTATE, FINANCE
& DEVELOPMENT

GIUGNO 2026 • ANNO I • N.0

THRENDS
TOURISM & HOSPITALITY ANALYTICS



GIUGNO²⁶

HOTEL DEVELOPMENT | CATENE | INVESTIMENTI | MARKET ANALYSIS | STRATEGIE



DEAL DEL MESE

**FALKENSTEINER CAPO BOI:
FMTG, DA GESTORE
A PROPRIETARIO**

Giorgio Mazzella, ex proprietario
del resort, avvia allo stesso tempo
il progetto Jana da 120 mln

Tensioni internazionali: domanda volatile, ma tiene il rischio paese



Schneider
Electric



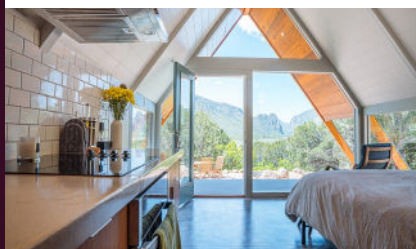
Riduci i costi energetici
del tuo hotel e migliora
il comfort degli ospiti

Offri un'esperienza personalizzata
con il controllo intelligente delle camere

Sommario

STRATEGIE

08 LE RESTRIZIONI AFFITTI BREVİ SPINGONO AIRBNB VERSO IL MERCATO ALBERGHIERO



INVESTIMENTI

12 GINOBBİ ESPANDE L'OFFERTA RICETTIVA A ROMA CON PALAZZO SCANDERBEG



CATENE

16 È A VENEZIA LA PRIMA VOLTA DI TH GROUP NEL LUSO



OPINIONI

22 BORGO MONCHIERO HERITAGE: UN PROGETTO DA 10 MLN NELLE LANGHE



HOTEL DEVELOPMENT

28 CONEGLIANO: PREVISTI DUE HOTEL PER LA CONVERSIONE DELL'EX ZANUSSI



TRAVEL & TOURISM

40 ASSEMBLEA FEDERALBERGHI: IL TURISMO CONQUISTA LE ISTITUZIONI



MARKET ANALYSIS

42 FOCUS MONTAGNA. OFFERTE, DOMANDA CATENE E LUSO AD ALTA QUOTA



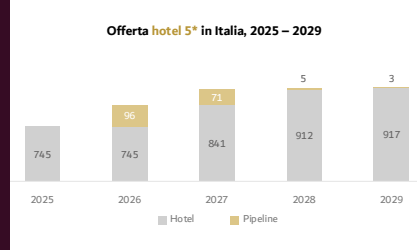
RUMORS

54 FIRENZE: SUL MERCATO UN PORTFOLIO CON UN DOUBLETREE E UN GARDEN INN



INSIGHTS ITALIA

64 STATISTICHE A MAGGIO 2026



the
Bulletin



Direttore Editoriale

Giorgio Ribaudo

Direttore Responsabile

Massimiliano Sarti
sarti@thrends-italy.com

Grafica e impaginazione

Anna Salvatori

Stampa

Tipografia Bacchini

Registrazione Tribunale di Rimini

n. 847/2026 del 20/05/2026

Proprietario ed Editore

THRENDS S.r.l.
Via Macanno, 38Q - 47923 Rimini

Redazione Milano

THRENDS S.r.l.
Via Mercadante, 4 - 20124 Milano

Testi di Massimiliano Sarti



Giorgio Ribaudo

Direttore Editoriale

In questo primo numero stampato del The Bulletin mensile affrontiamo, riepilogandoli, gli eventi principali e le dinamiche di mercato dello scorso maggio, un mese caratterizzato soprattutto dall'essere il terzo dalla fine di febbraio. 90 giorni circa dall'inizio della Terza Guerra del Golfo, datata 28 febbraio 2026. Abbiamo appreso in questi mesi che la **raggiungibilità** delle destinazioni è basata su equilibri sofisticati e delicati. L'Italia ne ha risentito sino adesso solo per un crollo del mercato Australiano (di limitato impatto), una contrazione del mercato APAC e un ridisegno favorevole dei flussi domestici, tutte dinamiche in qualche modo scaturite dalla non praticabilità (temporanea nella realtà, ma dilatata nell'immaginario) di alcuni scali aeroportuali di rilevante transito, collocati nella penisola araba. Ci si attende un ridisegno (favorevole anche questo) dei flussi di domanda dai paesi DACH che arriveranno più probabilmente in auto in Italia, Spagna e Croazia e meno voleranno verso mete esotiche fra le quali quelle del Mar Rosso e del Golfo Persico.

La stabilità del governo attuale unita al mancato protagonismo dell'Italia nelle manovre offensive o difensive dei conflitti in essere in Ucraina ed Iran, la sua posizione centrale nel mediterraneo unita al suo carattere esotico alimentato dall'offerta resortistica ringiovanita dei grandi complessi alberghieri di Sicilia, Sardegna e Puglia, sono tutti elementi che favoriscono la **competitività** dell'Italia (seconda meta al mondo nel 2025 per pernottamenti) anche e soprattutto nel 2026. Alcuni mercati (ma non è detto che fra questi ci siano gli USA) assoceranno un **rischio paese** maggiore all'Egitto, alla Turchia e forse alla Grecia. Pertanto, nel corso di questa congiuntura, per quanto visibile in questi primi giorni di giugno, l'Italia potrebbe consolidare la sua posizione di meta ancora interessante e di contenuto, sempre che ancora "conveniente". Ed è proprio questo, invece, uno dei rischi più celati, ma significativi, che ci troveremo ad affrontare nel medio periodo: la crescita delle tariffe dei servizi.

Sull'onda di una percettibile impennata del costo delle utenze e sulla scia di un costante inseguimento degli **ADR**, che devono giustificare interventi milionari su CapEx di deal sempre più tirati, l'Italia potrebbe soffrire di un calo di attrattività verso il mercato mondiale più grande e promettente: il mercato medio. Il mercato dei volumi, il mercato delle grandi spiagge, il mercato per i borghi dell'Appennino e per gli spalti del Palio di Siena, il mercato per la Valle dei Templi... Il mercato normale. Che non è quello di Forte o di Cortina o di Portofino, ma un mercato molto più ampio sul quale, anche, si è fondato sino adesso il primato dell'Italia ed il contributo di questa industria alla ricchezza del nostro Paese.

Essere percepiti come una destinazione cara potrebbe non giovarci, non su tutti i tavoli...

E' un rischio, ma non lo sarà per il 2026.

Buona lettura!



Simmons. Nient'altro.

Dal 1870 nelle case più eleganti e negli alberghi più prestigiosi.

La cura meticolosa dei dettagli, la scelta dei materiali più nobili e la manifattura artigianale made in Italy, garantiscono un comfort straordinario e un riposo impareggiabile. Perché i materassi non sono tutti uguali e per dormire bene c'è bisogno di Simmons.



I nostri punti vendita
simmons.it / 800-250407





Massimiliano Sarti

Direttore Responsabile

Il rito antico della pagina da sfogliare

Le nubi delle tensioni geopolitiche in corso turbano in parte i pensieri dei protagonisti dell'hôtellerie italiana, che tuttavia non smettono di mostrare un approccio ottimista verso il futuro, ben testimoniato dal fermento che pervade un mercato ricco di novità, operazioni coraggiose e progetti ambiziosi in pipeline. È uno scenario complesso, come sempre d'altronde verrebbe da dire, quello che pervade le pagine di questo nostro numero di debutto del The Bulletin in formato cartaceo: un volume tutto da sfogliare, in un percorso inedito attraverso le vicende più recenti dell'universo alberghiero.

Sono molte le ragioni alla base di questo nuovo progetto di Thrends. Insolito per molti versi, in un mondo dominato dai social e della velocità della rete. Ma proprio per questo ancora più valido e significativo. Sappiamo bene che per molti di voi il Bulletin in formato pdf rappresenta la prima lettura del mattino. Ce lo dite ogni volta che ci incontriamo agli eventi e alle conferenze. E ovviamente tutto ciò ci riempie di orgoglio e piacere. Siamo però anche perfettamente consapevoli che i ritmi del lavoro e della vita non sempre permettono una lettura immediata dei contenuti. Non pochi di voi ci hanno confidato di tenere da parte le newsletter per poi riprenderle quando i tempi lo consentono.

Ecco allora che il Bulletin cartaceo vuole prima di tutto essere un'opportunità di consultazione lenta, ponderata, immersiva e finalmente analogica delle notizie. Ma anche un modo nuovo di organizzare i contenuti, non più necessariamente schiacciati dalla frenesia del momento ma spalmati in capitoli tematici che meglio sono in grado di restituire il senso delle dinamiche in corso (la data dell'articolo, posto in alto a fianco del titolo, rimane tuttavia un elemento essenziale per collocare al meglio la notizia, ndr). E tutto ciò senza dimenticare la possibilità di avere a disposizione in un unico contesto le nostre analisi approfondite (si parte con il Focus Montagna), senza dover rincorrere a fatica le varie puntate spalmate su più newsletter.

Insomma, questo volume è un modo inedito di consultare il Bulletin: il rito antico della pagina da sfogliare, che speriamo vi piaccia e soprattutto vi possa essere utile. Capitolo dopo capitolo... A noi non resta che augurarvi una buona lettura.

22 aprile 2026

IL GRUPPO LOMBARDINI DIVENTA DOUBLE HOSPITALITY E PROSEGUE IL PROPRIO SVILUPPO

A ottobre verrà anche lanciata una holding di famiglia per migliorare il coordinamento delle attività

Grandi manovre in casa Lombardini Company Group, che nel breve volgere di poche settimane a cavallo tra 2025 e 2026 cambia nome in Double Hospitality, aggiunge il 4 stelle hotel Maderno sul lago di Garda al proprio portfolio e annuncia la realizzazione di un residence di lusso a Bellaria. Il tutto mentre si prepara a creare una holding di famiglia, che a partire dal prossimo ottobre permetterà di migliorare il coordinamento delle attività e di ottimizzare l'allocazione delle risorse, favorendo una gestione

ancora più strutturata ed efficiente: «Un nuovo assetto pensato anche per fungere da base con la quale sostenere futuri investimenti, accelerare i progetti di espansione e cogliere nuove opportunità nel settore dell'ospitalità», raccontano **Carlo e Gianni Lombardini**, rispettivamente ceo e cfo, nonché presidente e coo della compagnia. La novità Double Hospitality, spiegano, rappresenta «l'evoluzione naturale verso un approccio moderno e integrato di un percorso profondamente radicato in una tradizione familiare nell'ospitalità, che affonda le proprie radici nel cuore della Romagna». La storia recente del gruppo Lombardini inizia in particolare nel 2006 con l'acquisizione dell'hotel Maré di Bellaria e prosegue negli anni con una serie di new entry anche in Toscana e sul lago di Garda, per arrivare a inizio 2025 a contare su un portfolio di 14 strutture a 3 e 4 stelle, per un totale di oltre 600 camere.

Le ultime new entry sono l'hotel Maderno sul lago di Garda e Palazzo Lombardini nel cuore di Bellaria

Il gruppo ha chiuso il 2025 con ricavi totali superiori ai 17,3 milioni di euro (16,5 mln nel 2024 e 14,1 mln nel 2023), nonché un Ebitdar di 5,2 mln (rispetto ai 6,3 mln di un anno prima e ai 4,5 mln di due esercizi or sono), per un Ebitdar margin in calo al 29% (vs 38% e 32% risp.). Gli altri Kpi del gruppo ci raccontano di un tasso di occupazione medio stabile all'88%, supportato però da ADR in aumento (da 171 a 195 euro). Il combinato disposto di tali numeri ha quindi generato una contemporanea crescita del RevPar da 171 a 195 euro. In miglioramento infine anche il dato dei ricavi per camera, passati dai 28.100 euro del 2024 ai 29.200 euro del 2025. L'obiettivo è ora quello di raggiungere quota 31,4 milioni di fatturato entro il 2028, con un portfolio di strutture gestite pari a 24 hotel, per una crescita di circa 450 camere.

Anche alla luce di tali dinamiche espansive, continua quindi lo sviluppo del gruppo, che poco prima della fine dell'anno ha aggiunto al proprio portfolio una nuova struttura a Toscolano Maderno: situato nelle adiacenze di un campo da golf, l'albergo, che ora si chiama Hotel Maderno by Double Hospitality, è un esempio autentico di architettura Art Nouveau: dispone di 33 camere distribuite su tre piani, a cui si aggiunge una piscina all'aperto e una per bambini, una terrazza, un giardino, nonché un ristorante e un lounge bar. Il progetto Palazzo Lombardini riguarda infine un asset situato nel cuore di Bellaria, che sarà oggetto di una ristrutturazione integrale mirata a valorizzarne l'identità architettonica, trasformandolo in un residence esclusivo composto da otto appartamenti di alto standing. L'apertura è prevista tra circa un anno.

Migliaia	2022	2023	2024	2025
Occupazione	90%	88%	88%	88%
ADR (in euro)	157	157	171	195
RevPAR (in euro)	141	139	151	172
Ebitdar (in mln di euro)	2,9	4,5	6,3	5,2
Ebitdar margin	32%	32%	38%	29%
Ricavi per chiave (in euro)	26.500	26.200	28.100	29.200

I principali Kpi degli hotel del gruppo

28 aprile 2026

IL TO INCOMING ISOLA AZZURRA OTTIENE LA GESTIONE DEL SICILIANO SIKANIA ECO RESORT

Il deal si configura come un contratto rent-to-buy e segue l'acquisizione dello Zeta Club Selinunte nel 2023

Proseguono i processi di commistione tra tour operating e hôtellerie. Dopo il cambio di direzione di Futura Vacanze, che ha recentemente annunciato un nuovo piano strategico volto alla creazione di un gruppo integrato dell'ospitalità, è questa la volta di Isola Azzurra: il to incoming ha aggiunto pochi giorni fa al proprio portfolio la gestione del siciliano Sikania Eco Resort di Marina di Butera. La mossa segue l'operazione che ha portato la compagnia ad acquisire nel 2023 lo Zeta Club Selinunte, attraverso la controllata Zf Hotels (al 60%).

«Già operativa nel 2025 con la formula commerciale vuoto per pieno – sottolinea il ceo di Isola Azzurra, **Andrea Lorenzoni** –, la collaborazione con il Sikania Eco resort evolve oggi in una gestione diretta, primo step di un progetto che punta all'acquisizione della proprietà nei prossimi anni». Il deal si configura infatti come un contratto rent-to-buy. Isola Azzurra è un to specializzato nell'incoming Sicilia che nel tempo ha esteso il proprio raggio d'azione su Puglia, Calabria e Sardegna.

La società ha chiuso il 2025 con un fatturato in crescita del 25%, arrivando vicina ai 30 mln. In tale contesto, si legge sul bilancio 2024, sono nate le strutture a marchio Zeta quale naturale evoluzione della società, «fino alla creazione del format Zeta Club&Resort con acquisizione di strutture con formula vuoto pieno o a gestione diretta».

30 aprile 2026

LE RESTRIZIONI SUGLI AFFITTI BREVI SPINGONO AIRBNB VERSO IL MERCATO ALBERGHIERO

Si parte da boutique hotel e strutture indipendenti ma non si escludono per il futuro accordi con le catene

Aumentano le restrizioni contro la proliferazione del fenomeno affitti brevi nelle principali destinazioni internazionali e Airbnb corre ai ripari allargando la propria proposta anche ai boutique

hotel e agli alberghi indipendenti. Il tutto senza peraltro escludere la possibilità di estendere le partnership pure alle catene. La piattaforma online ha già lanciato un progetto pilota alla fine dell'anno scorso, in località quali New York, Los Angeles, Madrid e San Francisco. E l'esperimento ha avuto un tale successo, che in occasione della recente presentazione dei risultati dell'ultimo trimestre del 2025 Airbnb ha ufficialmente annunciato l'intenzione di continuare a espandere la propria offerta alberghiera.

«Abbiamo messo a segno risultati incoraggianti – recita una lettera inviata agli azionisti -. Prevediamo perciò di continuare a sviluppare la proposta anche in altri mercati chiave più avanti durante l'anno. Crediamo che accogliere un maggior numero di hotel nella nostra piattaforma possa espandere il nostro mercato di riferimento, aumentare i tassi di conversione esistenti e generare sinergie costruttive tra le prenotazioni degli alberghi e quelle relative alle case e agli appartamenti».

Parole confermate anche dal ceo e co-fondatore del gruppo, **Brian Chesky**, a margine della conferenza stampa organizzata in concomitanza con la stessa presentazione dei risultati 2025: «Una grande percentuale dell'offerta alberghiera globale è costituita da boutique hotel oppure da strutture indipendenti. Intendiamo perciò partire proprio da loro. Perché si tratta di realtà che solitamente sono disposte a pagare commissioni più alte rispetto a quello che fanno le catene. Inoltre, molti alberghi ci hanno contattato, chiedendoci di avere a disposizione un altro canale distributivo online. In questo momento abbiamo già più di 100 hotel pubblicati sul nostro sito per la sola New York, corrispondenti a un totale di oltre 20 mila camere». E l'Europa, mercato tradizionalmente ricco di strutture indipendenti, è sicuramente tra i target primari del nuovo corso.

A muovere la società in tale direzione anche i risultati 2025, che hanno registrato un calo degli utili del 5%

Airbnb pare davvero fare sul serio, tanto da aver aggiunto alle responsabilità di **Jesse Stein**, già global head of real estate della compagnia, anche la direzione della divisione hotel. Allo stesso tempo l'ex manager Booking.com, **Lou Zameryk**, è stato nominato global head of hotel enterprise and connectivity partnerships.

Stein ha quindi recentemente dichiarato al Financial Times che il proprio gruppo è in grado di «offrire una

strategie

struttura commissionale estremamente competitiva, rispetto a quanto proposto dagli altri player del mercato». Non solo: sempre secondo Stein i proprietari alberghieri saranno attirato dalla piattaforma online anche per il bacino di utenza di Airbnb, composto da molti «consumatori giovani e benestanti, nonché per la sua capacità di mettere a disposizione una considerevole mole di dati sulle preferenze dei propri utenti».

Il nuovo responsabile della divisione hotel ha quindi confermato l'intenzione di cercare partnership in primis con gli alberghi indipendenti e i boutique hotel, senza tuttavia escludere la possibilità di stringere accordi pure con i grandi gruppi. Per le catene, che da tempo rincorrono questa stessa tipologia di partner alberghieri, come testimonia il continuo proliferare di soft brand, ciò significa che presto si troveranno a fronteggiare un altro competitor particolarmente agguerrito.

Stando ancora al Financial Times, l'ingresso di Airbnb nel mercato alberghiero potrebbe inoltre aiutare la piattaforma a diventare appetibile per i business traveller, che tradizionalmente preferiscono i servizi degli hotel all'offerta degli appartamenti privati.

Ma a pesare maggiormente sulla nuova mossa del gruppo di Chesky sono stati probabilmente i risultati finanziari del 2025: Airbnb ha infatti si registrato utili netti per 2,5 miliardi di dollari, ma con numeri in calo del 5% rispetto all'anno precedente, nonostante un aumento delle vendite del 10%, che hanno toccato quota 12,2 miliardi. Un risultato che è stato per l'appunto con ogni probabilità condizionato soprattutto dalle crescenti restrizioni sugli affitti brevi, recentemente introdotte in molte destinazioni globali.

6 maggio 2026

KEMPINSKI PENSA ALLA TOSCANA. ROCCO FORTE PUNTA SU COMO, LAGO MAGGIORE E ALPI

Il gruppo tedesco sarebbe in particolare vicino all'acquisizione di un villaggio medievale in Italia Centrale

Kempinski vira su una strategia asset-heavy e pensa a rientrare in Italia acquisendo un intero villaggio medievale toscano, mentre i piani di Rocco Forte vanno già oltre le prossime

aperture in Sardegna, Napoli, Sicilia e Puglia, puntando a ulteriori cinque o sei new entry in Europa, di cui due o tre ancora nella nostra Penisola. Sono alcune delle più recenti rivelazioni rilasciate alla stampa dalla ceo della compagnia tedesca, **Barbara Muckermann**, e da **Rocco Forte**, presidente dell'omonimo gruppo italo-britannico. Il progetto toscano di Kempinski, per la verità, è ancora in fase di negoziazione, ma la a.d. ha dichiarato a Travel Weekly che la destinazione rappresenta il target ideale dei futuri sviluppi leisure della compagnia.

Aumentare la densità dell'offerta europea del gruppo è il principale obiettivo del gruppo, ha spiegato Barbara Muckermann, che ravvisa pure la necessità di reindirizzare verso location più turistiche la distribuzione del proprio portfolio, oggi concentrato per il 77% del totale camere in mete urbane.

Il tutto continuando a spingere sulla nuova strategia asset-heavy che proprio pochi giorni fa si è tradotta nella prima acquisizione diretta da oltre 50 anni: l'Augustine Hotel Prague è una proprietà ricavata dalla conversione di un ex convento del tredicesimo secolo situato nel centro della capitale ceca.

Sarà ribrandizzata Kempinski entro la fine dell'anno, dopo un'operazione di restyling che prevede pure la riduzione dell'offerta camere della attuali 101 a 98 chiavi. A monte del cambio di approccio, in apparente contrasto con la direzione asset-light intrapresa dalla maggioranza dei grandi gruppi dell'hôtellerie globale, la volontà di garantire in maniera efficiente e rapida l'uniformità degli standard di catena.

Per quanto riguarda Rocco Forte, come è noto il gruppo attende tra questo e il prossimo anno le aperture dell'ex hotel le Palme destinato a chiamarsi Oremari, ad Arzachena, in costa Smeralda, nonché di Palazzo Castelluccio a Noto e di Palazzo Sirignano a Napoli.

Per il 2028 è inoltre prevista l'inaugurazione del Relais del Cardinale nella pugliese Fasano. Ma lo stesso Rocco Forte ha recentemente anticipato al Sole 24 Ore che cinque o sei ulteriori new entry sono attualmente in fase di studio. Per l'Italia, in particolare, sarebbero in corso valutazioni su Como e lago Maggiore per progetti resort in una fase definita «abbastanza avanzata».

Altri due progetti riguardano invece le Alpi, sia quelle tricolori, sia quelle austriache. Infine la compagnia sta pensando a una struttura in Grecia e una a Lisbona, dove sta trattando per un vecchio palazzo da convertire in albergo.

12 maggio 2026

ACCOR VA SUL MARE CON IL VELIERO ORIENT EXPRESS CORINTHIAN DA 54 SUITE

Appena varato, lo yacht include 54 suite, cinque ristoranti, otto bar e una marina con accesso al mare

È stato varato pochi giorni fa presso gli stabilimenti francesi degli Chantiers de l'Atlantique il più grande yacht a vela mai realizzato: l'Orient Express Corinthian segna il debutto dell'offerta Accor sul mare e rappresenta un'ulteriore evoluzione di un marchio che mira a diventare una piattaforma globale del lusso esperienziale. Il gruppo francese lo sta sviluppando insieme a Lvmh, con il quale ha siglato nel 2024 un accordo di partnership strategica al 50%, che stando ad alcune indiscrezioni includerebbe un'opzione a favore della società di **Bernard Arnault** per l'acquisizione del controllo completo del brand entro il 2027.

Oltre alla nuova nave, Orient Express comprende infatti a oggi un'offerta di ospitalità lusso declinata in due strutture operative a Roma e a Venezia, nonché i treni della DolceVita. Entrambe queste ultime proposte sono state sviluppate in collaborazione con Arsenale.

Disegnato dal direttore artistico del marchio, **Maxime D'Angeac**, che si è liberamente ispirato all'Hotel du Cap-Eden-Roc sulla costa Azzurra, il Corinthian è lungo 220 metri, ha una stazza di circa 15 mila tonnellate ed è dotato di 54 suite di dimensioni comprese tra i 45 e i 230 metri quadrati, capaci di ospitare 104 ospiti serviti da 172 membri dell'equipaggio, per un rapporto di 1,6 a uno.

A bordo sono inoltre presenti cinque ristoranti diretti dallo chef stellato Michelin **Yannick Alléno**, otto bar, una marina privata con accesso diretto al mare, una spa, una piscina e una corsia di nuoto da 16,5 metri. La nave può essere venduta per cabine, ma anche interamente priva-

tizzata. I prezzi partono da circa 7mila dollari a notte per le suite più piccole e arrivano a oltre 100 mila dollari per le soluzioni più grandi. Il charter completo si colloca intorno al milione di dollari al giorno, con un minimo di due notti.

Le crociere durano da due a quattro notti e possono essere combinate tra loro. La stagione inaugurale prevede Mediterraneo e Adriatico, poi l'Atlantico e i Caraibi. È già peraltro in costruzione la nave gemella, la Orient Express Olympian con consegna prevista nel 2027, per un investimento complessivo di oltre 800 milioni di euro.



L'Orient Express Corinthian

investimenti

20 aprile 2026

ROMA: IL GRUPPO GINOBBI ACQUISISCE PALAZZO SCANDERBEG PER 24 MILIONI DI EURO

L'idea è ora di arrivare in cinque anni a un portfolio di sei strutture ricettive tra hotel e appartamenti

Nuova operazione capitolina per il gruppo Ginobbi che ha recentemente acquisito palazzo Scanderbeg, nei pressi della fontana di Trevi. La transazione, stando a quanto riporta Mf - Milano Finanza, dovrebbe essere stata chiusa per circa 24 milioni di euro.

L'immobile rientra nel settore degli appartamenti in affitto, un segmento nuovo per la compagnia, che ora prevede di riposizionare la proprietà come una struttura boutique rivolta soprattutto alla clientela internazionale. Banca del Fucino ha svolto il ruolo di capofila nell'ambito del finanziamento ipotecario in pool a supporto dell'operazione, contribuendo alla sua strutturazione. Nel contesto della stessa acquisizione, gli istituti di credito che hanno garantito parte del prezzo di acquisto di palazzo Scanderbeg sono stati assistiti da Legance.

Il deal si inserisce nel contesto di una dismissione di quattro asset immobiliari per un valore complessivo di 100 mln, effettuata da Nextalia Investment Management per conto del fondo Nextalia Credit Opportunities. Quest'ultimo aveva in particolare acquisito il credito ipotecario gravante su palazzo Scanderbeg nel 2024, nell'alveo dell'operazione relativa al gruppo Toti e al procedimento unitario di composizione della crisi, a cui erano stati ammessi quello stesso anno la capogruppo Silvano Toti Holding e la controllata Lamaro Appalti.

Ginobbi è una realtà romana attiva da oltre mezzo secolo che oggi vanta un portfolio di 25 asset in gestione tra residenziale, commerciale e alberghiero. Il proprio sbarco nell'ospitalità, con un focus particolare sul segmento lusso, data 2022 tramite l'acquisizione del 5 stelle capitolino Relais & Chateaux Palazzo Ripetta. Dal 2025 opera anche le ville di Torre Sponda a Positano.

«Con l'operazione palazzo Scanderbeg consolidiamo la nostra presenza nel mercato prime di Roma e rafforziamo una strategia di espansione fondata su deal mirati in ambito real estate alberghiero - spiega il direttore sviluppo e acquisizioni del gruppo, **Federica Schiavo** -. Il nostro obiettivo è continuare

ad ampliare il nostro portfolio di asset trophy». Stando a quanto dichiarato al Sole 24 Ore dal presidente di Ginobbi, **Giacomo Crisci**, i piani sarebbero di arrivare almeno a quota sei strutture ricettive di lusso tra proprietà e gestione in cinque anni, per un totale attorno alle 350 camere. L'obiettivo è anche quello di raddoppiare il fatturato rispetto agli attuali 24 mln. Target di espansione sono le big 4 (Roma, Milano, Firenze e Venezia), nonché alcune destinazioni secondarie a elevato potenziale, quali la costiera Amalfitana, la Toscana o il lago di Como. Per puntare sull'ospitalità i vertici del gruppo intendono pure dismettere parte del portafoglio, soprattutto gli asset retail.

21 aprile 2026

APOLLO RIFINANZIA A&O HOSTELS PER 874 MILIONI. OBIETTIVO RADDOPPIARE L'OFFERTA

Negli ultimi due anni la compagnia ha aggiunto 11.500 letti, incluse le recenti new entry a Milano e Firenze

A&O Hostels ha appena messo a segno un'operazione di rifinanziamento da 874 milioni di euro garantiti dal portfolio di 44 ostelli della compagnia, per un totale di 30 mila letti distribuiti in 32 differenti città europee. Il deal è stato portato a termine grazie al supporto di alcuni fondi gestiti dalla società di investimento a stelle e strisce Apollo, che già deteneva lo strumento di finanziamento precedente. La mossa garantirà ad a&o Hostels il capitale necessario a sostenere il piano di sviluppo da 500 milioni di euro annunciato a marzo 2024. Con l'appoggio del gruppo StepStone e di Proprium Capital Partners, che hanno acquisito a&o alla fine del 2023, la compagnia tedesca di ostelli di ultima generazione ha in particolare aggiunto al proprio portfolio circa 11.500 letti negli ultimi due anni, incluse le nuove aperture italiane del 2025 di Firenze Campo Marte e Milano Ca' Granda. A dicembre ha inoltre incorporato la catena berlinese Schulz Hotels (due proprietà a Berlino, di cui una in pipeline), puntando a rafforzare la presenza di a&o nel segmento budget premium. L'obiettivo della compagnia di ostelli è ora quello di raddoppiare il proprio portfolio in cinque anni, aggiungendo strutture in grado di attirare famiglie, scolaresche e viaggiatori zaino in spalla nelle principali destinazioni leisure e business d'Europa.

23 aprile 2026

UNION INVESTMENT STA PENSANDO DI ENTRARE NEL MERCATO DELL'HÔTELLERIE ITALIANA

Milano e Roma tra i possibili target degli investimenti alberghieri futuri della società basata ad Amburgo

I tedeschi di Union Investment stanno pensando di entrare nel mercato italiano dell'ospitalità, con Milano e Roma tra i possibili obiettivi di investimento futuri. Lo ha dichiarato **Andreas Löcher**, in occasione di una intervista condotta all'Ihif di Berlino dal giornalista di CoStar, **Sean McCracken**. Al momento, per la verità, sul fronte hotel la compagnia con sede ad Amburgo è più attiva come seller piuttosto che come acquirente, ha ammesso l'head of investment management operational real estate del gruppo tedesco. L'intenzione è però quella di spostarsi rapidamente sul lato buyer, dopo una serie di dismissioni in Germania, nel resto d'Europa e presto negli Stati Uniti. La strategia di acquisizioni future guarda quindi alle principali aree metropolitane del Vecchio continente. Löcher, oltre a Milano e Roma, ha in particolare citato Parigi, Madrid, Barcellona e Vienna. Al momento la Union Investment ha circa 6,8 miliardi di euro di asset alberghieri in gestione, corrispondenti al 17% del proprio portfolio real estate. Si parla di 85 proprietà a livello globale per quasi 21 mila camere distribuite in undici Paesi differenti (ma non ancora in Italia) e operate con 45 brand diversi. Tra le strutture più importanti nel perimetro Union Investment, ci sono per esempio l'Hyatt Place di Francoforte, l'Holiday Inn di Varsavia, il Radisson Blu Sagrada Familia di Barcellona e il Motel One di Amburgo. Nel comparto alberghiero la società è attiva in tutti i segmenti di mercato. Negli ultimi anni, tuttavia, le operazioni di maggior successo sono state soprattutto condotte nel comparto midscale, ha rivelato sempre Löcher. L'asset management company tedesca è stata inoltre tra i primi investitori di Motel One. «Ci sono sempre eccezioni – ha concluso il manager di Union Investment – ma siamo molto ma molto contenti delle nostre operazioni nell'ospitalità». Stando a quanto riporta il sito ufficiale della società, i profili di investimento alberghiero della compagnia riguardano in particolare singole proprietà del valore minimo di 30 milioni di euro o portfoli dai 60 milioni in su, per alberghi attivi nei segmenti a 3 e 4 stelle di almeno 140 chiavi a vocazione business o comunque in location urbane. Il tutto

senza escludere neppure la possibilità di valutare soluzioni extended-stay. Nel segmento resort si pensa invece a proprietà singole da almeno 40 milioni o a portfoli a partire da 60 milioni. I complessi devono poi essere a 4 o 5 stelle facilmente accessibili e includere minimo 150 camere.

24 aprile 2026

CLUB MED CHIUDE IL 2025 CON UN GIRO D'AFFARI DI 2,22 MLD, IN CRESCITA DEL 4% SUL 2024

L'obiettivo è ora quello di spingere sullo sviluppo, passando dagli attuali 61 resort totali a 100 entro il 2035

Si è chiuso con un volume d'affari di 2,22 miliardi di euro il 2025 di Club Med, per una crescita del 4% rispetto all'anno precedente. Il risultato è frutto anche dell'incremento dei tassi medi giornalieri di occupazione, saliti di quasi un punto percentuale fino al 75,8% (75% nel 2024), grazie agli 1,4 milioni di ospiti accolti nelle strutture del gruppo a livello globale. Positivo pure l'andamento delle tariffe medie, aumentate del 5% a tassi di cambio costanti, sino a quota 241 euro. Dopo il processo di riposizionamento verso l'alto dell'offerta Club Med durato oltre 20 anni, la compagnia transalpina pensa ora ad accelerare le proprie strategie di sviluppo: «L'obiettivo è quello di quasi raddoppiare le nostre dimensioni entro il 2035, arrivando ad accogliere 2,6 milioni di ospiti durante l'anno in 100 resort Premium in tutto il mondo», racconta il nuovo presidente e ceo del gruppo, **Stéphane Maquaire**. La compagnia opera attualmente 61 proprietà distribuite in 25 Paesi differenti (rispetto ai 68 resort totali del 2024), inclusi due indirizzi in Italia: il 5 stelle Club Med Cefalù da 332 chiavi in Sicilia e il 4 stelle Prigelato Vialattea da 251 camere in Piemonte. In questa stessa regione è inoltre in fase di realizzazione il San Sicario, sempre a 4 stelle. Il nuovo progetto italiano è realizzato in collaborazione con la sgr Ream, che a questo fine ha costituito un fondo di investimento alternativo ad hoc. L'impegno complessivo è di 130 milioni di euro. La nuova struttura dovrebbe aprire per la stagione invernale 2027-2028 con circa 500 camere. In un'intervista recente al Sole 24 Ore, la ceo Sud Europa e mercati emergenti del gruppo, **Rabeea Ansari**, ha inoltre rivelato la volontà di valutare ulteriori opportunità di sviluppo in mete estive della nostra Penisola, soprattutto in Sicilia e in Sardegna. L'anno scorso l'incremento delle performance è stato costante in tutti i segmenti, con un aumento dei ricavi vicino al 10% nelle destinazioni montane, del 4% in quelle balneari e del 5% per quanto riguarda la proposta di posizionamento più elevato della Exclusive Collection.

investimenti

Nonostante le turbolenze geopolitiche globali, l'andamento delle prenotazioni per il 2026, recita una nota ufficiale, stanno proseguendo lungo la traiettoria positiva del 2025, sostenuta da robusti livelli di domanda per l'intera proposta di soggiorni all-inclusive. Sempre stando a quanto riporta il comunicato, tale trend sarebbe confermato anche dai primi risultati registrati con l'apertura delle vendite per la stagione invernale 2026-2027.

28 aprile 2026

IL GRUPPO BARCELÓ FATICA A VENDERE LA PROPRIA DIVISIONE TOUR OPERATING AVORIS

La piattaforma è stata messa sul mercato a seguito di alcuni risultati deludenti in termini di Ebitda

Sta incontrando qualche difficoltà il processo di vendita di Avoris, la divisione tour operating del gruppo Barceló. Stando a quanto riporta la testata iberica Preferente, la compagnia spagnola starebbe quindi provando ora a seguire la strada dello spacchettamento della piattaforma. Pure in questo caso, però, il piano pare riscontrare scarso successo. Almeno per il momento. L'operazione di vendita dell'intera divisione è stata in particolare affidata a Deloitte. A fine 2025 alcuni investitori provenienti dall'Asia e dall'Australia avrebbero manifestato il proprio interesse per l'acquisizione della sola banca letti Welcomebeds non riuscendo tuttavia a trovare un accordo sul valore economico del deal. Barceló sarebbe quindi tuttora aperta a qualsiasi opzione sul caso Avoris: dalla vendita in toto fino allo spacchettamento, passando per l'eventuale collaborazione con potenziali partner finanziari. Il presidente esecutivo della compagnia spagnola, **Simón Pedro Barceló**, avrebbe maturato l'idea di mettere nuovamente sul mercato la propria divisione tour operating a seguito dei risultati deludenti in termini di marginalità: nonostante Avoris nel 2025 abbia fatturato 4,6 miliardi di euro, contro i 3,2 mld degli hotel, il suo Ebitda è stato infatti di appena 62 milioni, ben al di sotto del target di budget a quota 80 mln e soprattutto molto lontano dai 540 milioni dei margini operativi lordi realizzati dalla componente ospitalità. Un primo tentativo di vendere la divisione tour operating di Barceló era stato peraltro già effettuato sette anni fa, quando l'accordo con gli americani di Certares saltò il giorno stesso della firma.

20 maggio 2026

LA RIZZ-IMMOBILIARE CEDE IL J44 DI JESOLO IN SALE & LEASE BACK A CDP REAL ASSET

Il RevPar dei tre 5 stelle attivi nella destinazione veneta è quasi raddoppiato rispetto ai livelli pre-Covid

Operazione di sale & lease back per la Rizz-Immobiliare della **famiglia Rizzante**, che ha ceduto, per una somma non rivelata, il 5 stelle J44 Hotel di Jesolo Lido a Cdp Real Asset, firmando al contempo un contratto di locazione ventennale, rinnovabile per ulteriori 20 anni. Cherry Bank ha operato come advisor lungo l'intero processo: dalla definizione del deal alla valutazione delle sue potenzialità, fino alla redazione del nuovo piano di sviluppo. «L'operazione, strutturata attraverso il Fondo nazionale turismo, gestito dalla stessa Cdp Real Asset e promosso insieme al ministero del Turismo – si legge in una nota pubblicata sul profilo LinkedIn dell'advisor -, ha consentito alla famiglia Rizzante di reinvestire i proventi della vendita a supporto dello sviluppo e della diversificazione del proprio gruppo turistico-alberghiero, mantenendo al contempo la gestione diretta del 5 stelle sul litorale jesolano».

La struttura è stata inaugurata a fine 2020 dalla Rizz-Immobiliare, che per il progetto, a quanto si desume dai bilanci della società, ha operato un investimento complessivo di oltre 20 milioni di euro, tra acquisizione del terreno su cui sorgeva precedentemente l'ex hotel Tahiti e i costi di costruzione del J44. L'albergo è stato in particolare progettato dagli architetti **Massimo Magalli** di Milano, nonché **Michela Morsilli** di San Donà, con la jesolana **Flavia Pastò** che si è occupata della parte paesaggistica, specialmente riguardo alla vegetazione che copre i muri in verticale. L'hotel include 75 camere distribuite su sei piani, a cui si aggiunge un ristorante, una spa, il bar Tacco 11 gestito dal barman **Roberto Pellegrini** padre della campionessa di nuoto **Federica**, e una piscina riscaldata all'ultimo piano. Stando a una nostra recente indagine condotta sull'andamento dell'offerta dei tre 5 stelle di Jesolo (oltre al J44 ci sono anche un Almar e un Falkensteiner, ndr), l'Adr medio degli hotel lusso nella destinazione è salito considerevolmente dai livelli pre-Covid, passando dai 282 euro del 2019 ai 359 euro del 2024. Il tasso di occupazione è invece rimasto sostanzialmente flat, se non in lieve calo (dal 68% al 65%), mentre il RevPar è quasi raddoppiato da 127 a 232 euro.



ITHIC 2026

Accelerate your development in Italy

30th September & 1st October 2026 • Quark Hotel Milano

For this **8th edition** ITHIC 2026 will land in Milan.

More spacious, more international, closer to business and opportunities.

The Italian Hospitality Investment Conference is approaching soon. Leaders from the investment and hospitality landscape will gather in Milan for 2 days, on Sept. 30th & Oct. 1st.

Join 1.400 delegates, to promote, display and directly discuss your real estate opportunities, projects and perspectives with over 150 investors from 27 countries.

The 2026 focus will be on accelerating development in Italy:

how to source new opportunities, foster the development pace and stabilize business for the next future. In the background, new formats for presenting and exchanging data, including the brand new Roundtable Series powered by Questex, a new 360° wallscreen powering the Main Hall sessions and an unprecedented list of international mentors and protagonists of the global hospitality, real estate and finance landscape.



+1.400

INTERNATIONAL
ATTENDEES



+60

PRIVATE EQUITY,
INVESTMENT BANK,
FAMILY OFFICE, SGR



+27

ATTENDEES'
COUNTRIES
OF ORIGIN



+130

GLOBAL
BRANDS

ithic.it

info@ithic.it

ITHIC[®]

ITALIAN HOSPITALITY
INVESTMENT CONFERENCE

organized by



21 aprile 2026

L'EUROPA PALACE DI SANREMO ENTRA NEL NETWORK SMALL LUXURY HOTELS OF THE WORLD

La novità segue un intervento di riqualificazione per il 5 stelle ligure da 70 camere riaperto l'anno scorso

Nuovo Small Luxury Hotels of the World a Sanremo, dove l'Europa Palace entra ufficialmente nel soft brand internazionale del segmento lusso. La novità segue un importante intervento di riqualificazione che ha riguardato il 5 stelle ligure riaperto giusto l'anno scorso. Situato sul lungomare Imperatrice, di fronte al celebre casinò, la proprietà dispone di 70 camere, una proposta gastronomica articolata e legata al territorio, una spa di 400 m² e spazi pensati anche per eventi e incontri business.

Elemento distintivo è l'offerta f&b guidata dallo chef **Alessandro Schiavon**, che valorizza la tradizione ligure in chiave contemporanea attraverso format diversi: dal Rêve Bistrot alla terrazza panoramica The Ruftop. In concomitanza con l'affiliazione Slh, l'Europa Palace è stato inoltre incluso nella guida degli hotel Michelin.

23 aprile 2026

IL GRUPPO B&B HOTELS ESORDISCE NEL MERCATO PESARESE CON IL DES BAINS E IL BRISTOL

La compagnia francese poteva contare fino a oggi solo su una struttura marchigiana: lo Janus di Fabriano

B&B Hotels si appresta a debuttare a Pesaro con il Des Bains e il Bristol. Stando a quanto riporta il Resto del Carlino, nei giorni scorsi i rappresentanti del gruppo francese avrebbero infatti firmato il compromesso con il proprietario delle due strutture: l'industriale della meccanica **Fabrizio Fabbri**.

La sigla definitiva sul contratto, della durata di diversi anni per entrambi gli alberghi, sarebbe invece prevista tra oggi e domani a Milano. Il rebranding è previsto a metà maggio per il Bristol, che sta concludendo il restyling del-

le camere, mentre per il Des Bains i lavori dureranno ancora per un po' e quindi per il passaggio a B&B occorrerà attendere sino almeno a inizio estate, se non a fine anno.

Stando al nostro **Chain Hotels Database**, la compagnia francese è presente in Italia con 91 indirizzi a 3 e 4 stelle per oltre 8.100 camere. Solo una struttura era però fino a oggi attiva nelle Marche: il B&B Fabriano Janus da 78 chiavi.

29 aprile 2026

JK PLACE DEBUTTA NEL SEGMENTO DEI SERVICED APARTMENTS CON IL CASA ROMA

La proprietà include 12 residenze distribuite su tre piani, un ristorante, una palestra, una lounge e un bar

Sta aprendo in questi giorni il nuovo indirizzo capitolino del gruppo Jk Place: situato a pochi passi dall'omonima struttura romana a 5 stelle della compagnia fiorentina, si tratta della prima declinazione in formula serviced apartments dell'operatore fondato nel 2003 da **Ori** e **Jonathan Kafri**.

Inserita all'interno di un palazzo del diciottesimo secolo in via dei Prefetti, Casa Jk Place Roma, questo il nome della nuova struttura, include 12 residenze distribuite su tre piani, che offrono una, due o tre camere da letto. Le soluzioni sono pensate per soggiorni lunghi o brevi. Gli ambienti, disegnati come sempre dallo studio Michele Bönan, possono essere facilmente collegati tra loro. Nella corte interna dell'edificio è inoltre presente un ristorante di cucina locale reinterpretata in chiave contemporanea, una palestra, una lounge privata e un bar. Specializzato nel segmento dei boutique hotel con meno di 30 camere, Jk Place vanta al momento un portfolio di tre indirizzi situati, oltre che a Roma, a Capri e a Parigi. Un altro hotel è in pipeline con apertura a breve a Milano. Nel capoluogo lombardo la compagnia ha firmato ancora nel 2021 un contratto di affitto relativo a un palazzo di via Borgospesso, in cui per un po' di tempo sono stati ospitati gli uffici di Versace.

L'albergo includerà 38 camere, un giardino, un ristorante, una palestra con area benessere e una corte interna. L'immobile di circa 5 mila metri quadrati era stato acquisito nello stesso 2021 per 70 milioni di euro da Hines in joint venture con il gestore londinese Blue Noble tramite il fondo Smart Stay gestito da Antirion sgr (oggi Colliers Global Investors Italy, ndr). Originariamente l'apertura dell'hotel meneghino era prevista per la prima metà del 2023.

29 aprile 2026

TIVOLI FA POKER IN ITALIA: APERTO IL PRESIDENT DI MILANO E PALAZZO 1880 A LECCE

Gli altri indirizzi del marchio già operativi sono Portopiccolo Sistiana e Palazzo Gaddi a Firenze

Ancora un nuovo Tivoli in Italia, che sale in questo modo a quota quattro strutture nella nostra Penisola. L'ultima novità del brand di casa Minor riguarda in particolare la città di Milano, dove ha aperto i battenti il nuovo President, ex Nh Collection. Si tratta quindi di un'operazione tutta interna al gruppo con sede a Bangkok, che ha portato al completo restyling e riposizionamento a 5 stelle della storica struttura meneghina. Situato in Largo Augusto, a ridosso di San Babila e a soli cinque minuti a piedi dal Duomo, il Tivoli President Milano dispone oggi di 239 camere (dalle 274 originarie, ndr), comprese 60 suite, sei delle quali con vista diretta sul Duomo.

Di prossima inaugurazione è poi l'area wellness dotata di sistemi Zerobody Dry Float e Zerobody Cryo, nonché di una zona umida con sauna e bagno turco, una cabina trattamenti e un fitness centre già operativo. Rinnovata anche l'offerta per meeting ed eventi, arricchita dalla valorizzazione della storica piazza del Verziere su cui affacciano le sale e da una selezione di spazi interni ed esterni. L'hotel amplierà pure la propria offerta gastronomica con l'apertura di un nuovo ristorante di cucina contemporanea al primo piano, affacciato su Largo Augusto. L'edificio, esempio di architettura brutalista italiana, è stato originariamente costruito tra il 1961 e il 1965 dagli architetti **Luigi Figini** e **Gino Pollini**, figure di spicco del razionalismo italiano del ventesimo secolo. Nel progetto di rebranding, questa identità è stata assunta come punto di partenza per costruire una nuova coerenza tra l'edificio e gli spazi interni, reinterprestando il carattere dell'immobile in chiave contemporanea, sotto la direzione dell'interior designer **Rodrigo Izquierdo**.

Ma il President non è l'unica novità Tivoli in Italia. In questi stessi giorni ha infatti già aperto anche Palazzo 1880 a Lecce: acquisito dalla Gest Resort della **famiglia Bleve**, l'albergo nasce dalla ristrutturazione dell'ex hotel Risorgimento, per un investimento complessivo di 18 milioni di euro, costi della transazione e lavori di restyling inclusi.

La proprietà è dotata di 45 camere, spa, palestra e ristorante. Gli altri indirizzi del marchio già operativi sono invece il giuliano Portopiccolo Sistiana da 58 chiavi più 25 appartamenti e Palazzo Gaddi a Firenze da 86 camere. Stando al nostro **Chain Hotels Database**, a Milano sono attualmente presenti otto alberghi Minor, operativi con i brand Avani, Nh Collection, Nh Hotel, nhow e appunto Tivoli, tutti a 4 stelle con la notevole eccezione del nuovo President.

4 maggio 2026

IL REVOLUTION DI ROMA DIVENTA BEST WESTERN. BWH SALE A QUOTA 14 NELLA CAPITALE

Il 3 stelle capitolino Scheppers, della stessa proprietà, dovrebbe invece presto diventare un Sure Hotel

Sale a quota 14 l'offerta capitolina di Bwh Hotels Italy & South-East Europe, che affilia al brand Best Western il 3 stelle Revolution. Situato sulla direttrice di via Tiburtina, nelle vicinanze della linea B della metropolitana, l'albergo include 25 camere da circa 20 metri quadrati, a cui si aggiunge un garage interno a disposizione degli ospiti. L'asset è di proprietà di **Cristiano Perali** e fa parte del gruppo Hotel & Hostel che vanta un portfolio di sei strutture già operative e in pipeline a Roma e in Toscana. Tra queste, stando al nostro **Chain Hotels Database**, anche il 3 stelle capitolino Scheppers da 43 chiavi dovrebbe presto entrare nel portfolio Bwh con il brand Sure Hotel Collection.

5 maggio 2026

NASCE IL BRAND WORLDHOTELS BACKDROP PER IL SEGMENTO UPSCALE DELL'OPEN AIR

Le prime strutture sono situate negli Usa ma l'obiettivo è quello di espandersi in tutto il globo

Un nuovo brand completamente dedicato all'emergente segmento del glamping. Lo ha lanciato in questi giorni a livello internazionale il gruppo Bwh: WorldHotels Backdrop mira a raccogliere una collezione di complessi open air upscale situati in destinazioni panoramiche di tutto il mondo. Il marchio includerà soluzioni di soggiorno in padiglioni tendati o chalet

catene

sul lungofiume in località montane, balneari oppure ancora all'entrata dei grandi parchi nazionali. La novità giunge in un momento di grande sviluppo del turismo open air: stando alle recenti stime elaborate dalla società di ricerche di mercato a stelle e strisce Grand View Research, il segmento glamping ha generato a livello globale un giro d'affari pari a 3,79 miliardi di dollari nel 2025, con una proiezione a quota 7,87 miliardi entro il 2033. I primi indirizzi WorldHotels Backdrop sono già attivi presso lo Zion Wildflower Resort nello Utah e l'Asheville River Cabins in North Carolina, con un ulteriore complesso in pipeline presso il Lodge at Pico Bonito, in Honduras. «L'espansione di questo brand è potenzialmente senza limiti – spiega una nota ufficiale -. Trattative sono già in corso ovunque: dalle tranquille spiagge di Phan Thiet, in Vietnam, sino alle destinazioni per safari in Africa e Australia».

6 maggio 2026

NUOVO INTERIOR DESIGN PER IL SICILIANO MAZZARÒ SEA PALACE DI CASA VRETREATS

Il restyling della struttura è parte di un piano di investimenti Alpitour da 80 mln per il triennio 2023-2025

Si apre all'insegna di un nuovo interior design la nuova stagione del siciliano Mazzarò Sea Palace, Leading Hotels of the World parte della collezione VRetreats. L'intervento è stato firmato dallo studio internazionale De.Tales, che ha preso spunto dall'atmosfera intima dei retreat sul mare, puntando a tradurla in un linguaggio contemporaneo, in equilibrio tra architettura, paesaggio e identità siciliana. Il restyling della struttura, di proprietà del gruppo Alpitour, è parte del piano di investimenti da 80 milioni di euro del triennio 2023-2025, grazie al quale la compagnia ha anche realizzato un resort a Zanzibar, acquisito un altro hotel siciliano come il Voi Florio, nonché portato avanti il rinnovamento del Donna Camilla Savelli di Roma, del Voi Arenella di Siracusa e del sardo Tanka Village.

Per quest'anno, ci ha recentemente raccontato l'a.d. di Voihotels s.p.a., **Paolo Terrinoni**, sono inoltre già stati stanziati altri 58 milioni per lo sviluppo e ulteriori operazioni di restyling. Il Mazzarò Sea Palace è dotato di 70 camere, comprese otto suite con piscina privata, due ristoranti, bar, enoteca, spiaggia privata, piscina panoramica, centro benessere. Tra le novità, da segnalare la terrazza con vista Velvet disponibile pure per eventi privati.

8 maggio 2026

IL GRUPPO MANGIA'S LANCIA LA ICONA'S COLLECTION DEDICATA AL SEGMENTO TOP LUXURY

Il marchio debutta con le proprietà siciliane Costa Ragusa Resort e Grand Hotel et Des Palmes di Palermo

Arriva un nuovo brand per il gruppo Mangia's – Aeroviaggi. Si chiama Icona's Collection ed è dedicato all'offerta top luxury della compagnia. Debutta con i siciliani Costa Ragusa Resort e Grand Hotel et Des Palmes di Palermo. Il primo è frutto della ristrutturazione completa e del riposizionamento a 5 stelle dell'ex Club Med Kamarina Resort. Originariamente un 3 stelle da 636 chiavi, il complesso è stato acquisito nel 2024 dal fondo Arrow Global tramite la controllata Europa Investimenti, in collaborazione con lo stesso gruppo Mangia's, per un investimento complessivo attorno ai 120 milioni di euro.

La compagnia siciliana lo gestisce tramite un contratto di management e ha curato il rinnovamento della struttura, che riaprirà a breve con un'offerta declinata in un resort da 105 camere e un borgo provvisto di 434 residenze. Nel medesimo anno Mangia's ha inoltre rilevato dal fondo di investimento Algebris Npl Partnership II il 5 stelle Grand Hotel et Des Palmes da 105 chiavi, per una cifra stimata in circa 30 milioni di euro.

«La nuova linea – si legge sulla nota ufficiale di presentazione del brand – si rivolge a un pubblico internazionale di luxury seekers di fascia alta, con una forte presenza di viaggiatori provenienti da Stati Uniti, Regno Unito, Europa e Medio Oriente. In questa prospettiva, il marchio intende mettere al centro l'esperienza, intesa come relazione con il luogo, grazie tra le altre cose alla presenza di un concierge dedicato, di un design ispirato alla destinazione, nonché di una proposta enogastronomica e di una programmazione culturale che raccontano il territorio. Non solo: le strutture della collezione sono pensate anche come vere e proprie location per luxury celebration, sia individuali sia aziendali».

«La Icona's Collection rappresenta un'evoluzione del nostro percorso, per ampliare il posizionamento delle

nostre strutture verso un segmento più alto e internazionale – spiega il presidente e ceo della compagnia, **Marcello Mangia** -. Il Grand Hotel et Des Palmes e il Costa Ragusa Resort sono i primi esempi di questo approccio. Diversi per storia, linguaggio e atmosfera, condividono la capacità di esprimere una sfumatura distinta dell'italianità autentica. Con Icona's Collection consolidiamo insomma il percorso intrapreso e rafforziamo il nostro posizionamento nel segmento luxury».

Fondato nel 1973, il gruppo Mangia's gestisce oggi un portfolio di 17 strutture in Sicilia e in Sardegna, alcune delle quali operate come white label company o affiliate a soft brand internazionali, tra cui il Mangia's Brucoli Autograph Collection, il Mangia's Santa Teresa Sardinia Curio Collection e il Tui Blue Budoni.

8 maggio 2026

RUMORS CONFERMATI: STARHOTELS SBARCA A CAPRI CON IL BOUTIQUE HOTEL VILLA BLU

L'operazione da 13,5 mln di euro era stata anticipata da noi del Bulletin già agli inizi dello scorso dicembre

Starhotels si espande a Capri acquisendo l'hotel Villa Blu. A oltre cinque mesi dalla nostra anticipazione degli inizi di dicembre è stata confermata ufficialmente l'operazione della compagnia fiorentina, che sbarca per la prima volta sull'isola campana rafforzando in questo modo la propria offerta balneare.

Un segmento nel quale il gruppo esordirà proprio a fine mese con la riapertura del 4 stelle da 59 chiavi Hermitage di Forte dei Marmi, acquisito l'anno scorso per circa 40 milioni di euro. L'ufficializzazione della transazione del Villa Blu è giunta tramite una nota dello studio legale Lca, che insieme ad Advant Nctm ha assistito Starhotels nell'operazione. Stando a quanto risulta dalle nostre fonti, l'accordo si è chiuso per una cifra di 13,5 milioni di euro.

A vendere è stato il gruppo Giochi Preziosi, precedente proprietario della struttura tramite il portfolio Project Ace. Il Villa Blu è un boutique hotel da 27 camere distribuite su due piani, la cui offerta è arricchita anche da una terrazza panoramica, un centro benessere, un ristorante, un bar a bordo piscina, una palestra e una vasca idromassaggio.

11 maggio 2026

PRIMESTAR PRESENTA JUNE LUX, UN BRAND PER IL SEGMENTO AFFORDABLE LUXURY

Il gruppo tedesco opera una ventina di strutture ed è presente in Italia con un June Stay sul lago di Garda

Sta nascendo in Germania un nuovo format a 5 stelle specificamente pensato per andare incontro alla domanda del cosiddetto segmento affordable luxury.

L'iniziativa è della compagnia con sede a Berlino Primestar, OpCo/PropCo che gestisce poco più di una ventina di strutture situate soprattutto in Germania e Austria, operate come white label company (17), oppure con il proprio brand proprietario June (quattro). Proprio uno degli indirizzi di quest'ultimo marchio si trova in Italia, sul lago di Garda nel comune di Brenzone. Si tratta di un June Stay, linea dedicata all'offerta aparthotel, mentre per i boutique hotel c'è June Six.

E ora arriva la novità June Lux che, stando a quanto dichiarato dal presidente e contitolare di Primestar a CoStar, **Roland Rausch**, sarebbe stato pensato per una proposta a 5 stelle capace di praticare tariffe persino inferiori ai 200 euro a camera (sic), in modo da poter venire incontro tra le altre cose al più ampio ventaglio possibile di domanda corporate.

Il nuovo sub-brand sarebbe stato pensato per inserirsi armonicamente nel concept modulare dei marchi June caratterizzati da una consistente digitalizzazione dei servizi e dalla presenza degli spazi di co-working WorX. Stando sempre a Rausch, la compagnia sarebbe già in trattative avanzate per tre - quattro proprietà June Lux.

L'obiettivo è quello di espandersi in destinazioni dove l'offerta a 5 stelle è carente, oppure nelle quali l'attuale proposta ricettiva lusso è composta soprattutto da hotel della «vecchia scuola».

catene

13 maggio 2026

B&B HOTELS RADDOPPIA LA PROPRIA OFFERTA A MANTOVA CON IL CRISTALLO DA 65 CHIAVI

Il gruppo vanta a oggi in Lombardia un portfolio di 25 alberghi a 3 e 4 stelle per quasi 2.200 camere totali

Ancora uno sviluppo B&B Hotels. Oltre alle novità marchigiane di Pesaro e Ascoli, la compagnia transalpina annuncia l'apertura del Mantova Cristallo raddoppiando in questo modo la propria offerta nella città lombarda, dove già operava il 3 stelle Hotel Mantova da 76 chiavi. Il nuovo indirizzo offre 65 camere, colazione a buffet e B&B Shop attivo 24/7. «La scelta di rafforzare la nostra presenza a Mantova con una seconda struttura risponde a una strategia precisa – spiega la presidente e a.d. di B&B Hotels Italia, Slovenia e Ungheria, **Liliana Comitini** -: ampliare e diversificare l'offerta dei nostri servizi per intercettare segmenti di clientela differenti, sia business, sia leisure». Stando al nostro **Chain Hotels Database**, il gruppo francese vanta a oggi in Lombardia un portfolio di 25 alberghi a 3 e 4 stelle per quasi 2.200 chiavi complessive. Di questi, ben nove sono situati a Milano dove la compagnia dispone di quasi 900 camere.

14 maggio 2026

TH GROUP DEBUTTA NEL SEGMENTO LUSSO CON PALAZZO SELVADEGO A VENEZIA

In vista un piano di riposizionamento, che prevede un aumento delle superfici e una riduzione delle chiavi

Importante novità in casa Th Group, che debutta nel segmento luxury grazie a un accordo siglato con Generali Real Estate per la futura gestione di Palazzo Selvadego a Venezia. La mossa giunge pochi giorni dopo l'annuncio relativo al piano di co-investimento da 13 milioni di euro in partnership con Cdp Real Asset, per l'espansione e il rinnovamento del Th Ostuni. La collaborazione con la società di gestione del risparmio del gruppo Generali, proprietaria dell'immobile tramite il fondo immobiliare Mascagni, ha l'obiettivo di valorizzare ulteriormente l'albergo, attualmente un 4 stelle da 31 camere, e di inserirlo nei circuiti internazionali dell'ospitalità di fascia alta.

Palazzo Selvadego, si legge in una nota ufficiale, sarà dunque oggetto di un progetto di riqualificazione finalizzato al suo rilancio, che intende valorizzarne le caratteristiche, riposizionandolo nel mercato luxury internazionale anche attraverso l'adesione ai principali network di distribuzione dedicati. Stando a quanto riportato sul sito del comune, la proprietà è inclusa nell'elenco di undici strutture ricettive veneziane a cui l'amministrazione ha dato il via libera in merito ai rispettivi progetti di ampliamento e riqualificazione, tramite una delibera dello scorso gennaio. Nel dettaglio, per Palazzo Selvadego si prevede un incremento delle superfici pari a 298 metri quadrati, con la contemporanea riduzione del numero delle chiavi disponibili che scenderanno a un totale di 25, in linea con l'obiettivo di riposizionamento verso l'alto della struttura. «Il segmento luxury rappresenta un passaggio naturale nel nostro percorso di crescita – spiega il presidente di Th Group, **Graziano Debellini** -. Venezia è una delle piazze più importanti al mondo per l'ospitalità di alta gamma e Palazzo Selvadego costituisce il cuore di un progetto più ampio, che ci vedrà impegnati in nuove operazioni nei prossimi mesi, con l'obiettivo di rafforzare il nostro posizionamento anche nel mercato internazionale». Palazzo Selvadego risale alla fine del 1200, quando ospitava una delle più belle e rinomate locande di Venezia, già allora detta appunto «del Salvadego». Nel corso dei secoli, la struttura ha sempre rappresentato un punto di riferimento per l'ospitalità veneziana, grazie alla sua posizione privilegiata in calle Larga de l'Ascension, nei pressi del canal Grande e di piazza San Marco. Stando al nostro **Chain Hotels Database**, Th Group a oggi opera un totale di 30 proprietà in Italia, per 5.800 chiavi complessive.



Palazzo Selvadego Venezia



In your business journey,
every check matters.
Trust the experts.



Strongroom
www.strongroom-intel.com

COMPREHENSIVE INTELLIGENCE
& COMPLIANCE SOLUTIONS

28 aprile 2026

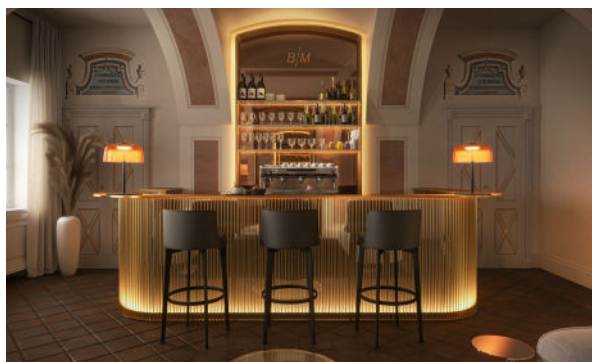
APRIRÀ A LUGLIO NELLE LANGHE IL BORGO MONCHIERO HERITAGE BY ATMOSPHERE

L'investimento ammonta complessivamente attorno ai 10 mln tra costi di acquisizione e ristrutturazione

Doppio debutto nel cuore delle Langhe. Le novità riguardano da una parte i due imprenditori liguri che hanno lanciato l'iniziativa: **Franco Giampetruzzi** e **Gian Maria Debenedetti**, entrambi provenienti dal mondo delle energie rinnovabili, si cimentano per la prima volta nell'ospitalità. Dall'altra, il gruppo maldiviano Atmosphere Core, che approda in Europa con la seconda declinazione del proprio brand Heritage dedicato alle strutture storiche, dopo il palazzo principesco indiano Sadar Manzil nei pressi di Bhopal. L'iniziativa piemontese è frutto di un investimento complessivo attorno ai 10 milioni di euro, tra costi di acquisizione e ristrutturazione degli asset. Il capitale è per il 90% composto da equity e per il 10% circa da debito, «in modo da sfruttare i benefici della legge Sabatini per l'accesso al credito delle pmi», spiega Giampetruzzi. L'intero progetto, sviluppato in più di quattro anni dall'architetto **Stefano Tardito**, ha quindi portato alla realizzazione di Borgo Monchiero Heritage by Atmosphere. La proprietà prende il nome della località in cui si trova la struttura ricavata in un antico monastero del diciottesimo secolo, già operativo in passato come hotel nel segmento upscale. Il resort include anche una villa vicina, per un'offerta complessiva di 25 camere e suite distribuite tra i due edifici (19 nel monastero). A queste si aggiungono un ristorante guidato dall'executive chef stellato Michelin, **Giorgio Servetto**, una spa ricavata in due ambienti distinti, una wine room, una piscina a sfioro, una terrazza panoramica, un chiostro storico e un giardino, per una proposta che si rivolge anche a chi organizza eventi e matrimoni, grazie pure all'adiacenza della struttura con il santuario della Beata Vergine del Rosario.



Borgo Monchiero Heritage



La fase due del progetto prevede di estendere ulteriormente l'offerta con una dépendance nelle vicinanze

Borgo Monchiero aprirà ufficialmente durante la prima settimana di luglio: «Prevediamo che il periodo di soft Borgo Monchiero aprirà ufficialmente durante la prima settimana di luglio: «Prevediamo che il periodo di soft opening possa durare circa una ventina di giorni – aggiunge Debenedetti -. In questa fase stimiamo che le tariffe medie si aggireranno attorno ai 400-450 euro, anche perché nelle Langhe i mesi centrali dell'estate sono tradizionalmente una stagione di spalla. Il picco lo si raggiunge subito dopo, quando arriva il tempo dei tartufi. L'obiettivo è quello di portare i prezzi sugli 800 – 1.000 euro per notte. Prevediamo che la struttura possa operare a regime già nel 2028».

Ma non finisce qui, perché Giampetruzzi e Debenedetti hanno già in mente una fase due del progetto: «Insieme a villa e monastero abbiamo infatti acquisito anche una cascina con bosco-tartufaia a 400 metri circa dai due asset principali – proseguono -. Abbiamo perciò l'idea di ampliare ulteriormente la nostra offerta, magari partendo con il nuovo progetto nel giro di appena un anno». E in tale prospettiva potrebbe aiutare pure la neonata partnership con il gruppo Atmosphere Core: «Con la compagnia maldiviana al momento abbiamo siglato un contratto di management ma abbiamo già potuto abbozzare loro i nostri piani di sviluppo futuro. La speranza è che in questo caso possano diventare nostri partner finanziari».

Il gruppo maldiviano conta su un portfolio di dieci strutture operative, più quasi una ventina in pipeline

Proprio la disponibilità e l'attenzione mostrata dal management Atmosphere Core sono tra le ragioni che hanno convinto i due imprenditori a collaborare con il gruppo asiatico: «Nella fase di realizzazione del progetto siamo stati supportati dal project manager **Marco Cisini**», ceo del tour operator milanese Oltretutto, che da qualche tempo ha anche una divisione dedicata alla consulenza nell'hospitality. «Marco ci ha messo naturalmente in contatto con alcuni dei principali gruppi internazionali dell'hôtellerie. L'impressione è però stata quasi sempre che per molti di loro saremmo diventati meramente un'altra bandierina da piantare sulla mappa. Non solo: in fase di definizione del progetto, Atmosphere Core ci ha dato dei consigli ma la loro presenza non è mai stata invasiva. Anzi sono stati molto rispettosi delle nostre idee e di quelle dell'architetto, in un clima di ottima collaborazione reciproca». Il gruppo maldiviano conta oggi su un portfolio di nove resort

nelle stesse Maldive, a cui si aggiunge un hotel in India (il Sadar Manzil appunto), declinati nei brand The Ozen Collection, Colours of Oblu, Atmosphere Hotels & Resorts e One Atmosphere, oltre che naturalmente Heritage. La sua pipeline attuale comprende poco meno di una ventina di strutture situate sempre in India e alle Maldive, oltre che in Italia (Borgo Monchiero), in Nepal e nello Sri Lanka. Già da un po' di tempo pianificavano di entrare in Europa, «ma certamente le Langhe non erano tra le loro priorità – ammette Debenedetti -. Sono però appassionati di food e il territorio di Borgo Monchiero da questo punto di vista è sicuramente un'eccellenza. D'altronde molta parte del management è francese o proviene da precedenti esperienze in gruppi transalpini, quindi molto sensibile ai temi dell'f&b. Il nostro progetto li ha perciò subito interessati. E ha aiutato anche il fatto che la nostra destinazione facesse parte di un'area protetta dall'Unesco». L'idea è che Atmosphere Core possa supportare la distribuzione soprattutto negli Usa, dove il gruppo è molto conosciuto, nonché naturalmente in Oriente: «Si tratta di mercati davvero complicati da avvicinare in maniera indipendente – conclude Giampetruzzi -. Specialmente l'Asia sarebbe stata molto difficile da avvicinare senza il contributo di un gruppo come il loro. Atmosphere è poi molto forte pure in Francia e in Germania. Ma per l'Europa e per la domanda domestica punteremo specialmente sulle nostre risorse sales dedicate».

6 maggio 2026

LA COMUNICAZIONE GREEN CAMBIA VOLTO: CERTIFICAZIONI SEMPRE PIÙ IMPORTANTI

La svolta arriverà il 27 settembre, quando troveranno piena applicazione le norme anti-greenwashing

Una vera rivoluzione copernicana nel mondo della comunicazione green. Dal prossimo 27 settembre dovranno trovare applicazione le norme anti-greenwashing contenute nel decreto legislativo numero 30 dello scorso 20 febbraio, entrato in vigore il 24 marzo successivo, che attua una direttiva Ue del 2024. Per la prima volta, le dichiarazioni ambientali o di sostenibilità Esg false, ingannevoli o generiche vengono in questo modo codificate come pratiche commerciali scorrette in senso stretto, con conseguenze sanzionatorie precise a carico delle imprese.

opinioni

«Non si tratta più soltanto di orientamenti interpretativi o di decisioni caso per caso dell'Agcm – racconta il fondatore e ceo di Dream&Charme, **Giorgio Caire di Lauzet** -. Parliamo di un elenco tassativo di condotte vietate, che sostanzialmente aggiorna il Codice del consumo già in vigore dal 2005. Il nuovo decreto stabilisce in altre parole che la sostenibilità può essere comunicata solo se supportata da elementi dimostrabili scientificamente e misurabili o certificati da un ente terzo indipendente e imparziale, accreditato Iso/Iec 17065 dall'ente italiano Accredia, che è designato e vigilato dal ministero delle Imprese e del made in Italy».

Domanda. Cosa significa in concreto tutto ciò per le strutture ricettive?

Risposta. Vuol dire che claims generici come “green”, “eco” o semplicemente “sostenibile” non sono più ammessi. Allo stesso modo, loghi e marchi di sostenibilità possono essere utilizzati solo se basati su sistemi di certificazione riconosciuti e validati da enti terzi indipendenti, non su autodichiarazioni. Anche le asserzioni di “neutralità climatica” non sono più sostenibili se fondate esclusivamente su compensazioni generiche. L'accreditamento, inoltre, è strettamente specifico e settoriale. È perciò necessario porre la massima attenzione al settore per il quale un ente di certificazione è accreditato, ovvero se è “verificato e autorizzato” da Accredia per le strutture ricettive, chiedendo di farsi inviare la documentazione relativa, in modo da verificare comparto e validità dell'autorizzazione stessa.

Le dichiarazioni non supportate da dati concreti possono comportare sanzioni per pubblicità ingannevole

D. Quali sono i principali rischi per le strutture che non si adeguano correttamente alle nuove disposizioni?

R. Sul piano normativo, le dichiarazioni ambientali non supportate da un sistema di certificazione riconosciuto o non certificabili rientrano nell'ambito della pubblicità ingannevole. In Italia questo comporta l'intervento dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato con sanzioni che variano da 5 mila a 10 milioni di euro, oltre all'obbligo di modifica o ritiro delle comunicazioni. L'Agcm, in particolare, può agire a seguito di segnalazioni, verifiche a campione o indagini, controllando la coerenza tra quanto dichiarato e quanto effettivamente implementato dalla struttura ricettiva. Questo genera non solo un rischio sanzionatorio, ma anche costi operativi e un impatto diretto sulla reputazione della proprietà.

D. A questo proposito, come potrebbe influire un'eventuale violazione sui livelli di competitività di un albergo?

R. In questo caso il rischio è ancora più rilevante. Il mercato si sta orientando verso modelli basati su trasparenza, verificabilità e garanzie (certificazioni accreditate): operatori, piattaforme, clienti e partner richiedono sempre più evidenze oggettive. In tale contesto, una comunicazione generica o non dimostrabile e garantita da una certificazione di un ente terzo accreditato non solo perde efficacia, ma può tradursi concretamente in perdita di opportunità commerciali e minore accesso a determinati canali di vendita.

D. Quali al contrario le opportunità per gli hotel che adottano un approccio strutturato e verificabile alla sostenibilità?

R. Sono molteplici: da un lato, per esempio, le proprietà sostenibilmente virtuose si pongono nelle condizioni migliori per intercettare una domanda più qualificata, composta da operatori, mondo corporate e clientela che richiedono sempre più spesso evidenze ESG nei processi di selezione. Tutto ciò si traduce in maggiori opportunità commerciali e, in alcuni casi, anche in una migliore capacità di pricing. Da un altro lato l'introduzione di processi strutturati porta anche a una razionalizzazione dei costi: monitorare consumi, fornitori e processi operativi consente di individuare le inefficienze e di intervenire in modo mirato. Ma non solo: c'è pure un tema di stabilità nel tempo.

Le banche prendono ormai in considerazione i requisiti ESG per la valutazione di molti finanziamenti

D. In che modo?

R. Un modello di condotta basato su dati e verifiche riduce il rischio di interventi correttivi, permettendo una gestione più prevedibile e sostenibile anche dal punto di vista economico. Infine, il ruolo degli enti di certificazione è anche di carattere strategico/organizzativo, perché incentivano e supportano le strutture ricettive nel loro miglioramento continuo. Ciò non avviene però con attività di consulenza, che sono vietate agli enti di certificazione accreditati per ovvie ragioni di conflitto di interessi, ma attraverso le evidenze fornite dagli indicatori e dal loro

monitoraggio, nonché il riscontro periodico e aggiornato sulle migliori prassi del settore a livello internazionale e la verifica dei requisiti delle norme applicabili. Regole, queste ultime, che si evolvono man mano nel tempo alzando così gradualmente “l’asticella”.

D. Guardando infine ai prossimi due-tre anni, quanto conteranno questi aspetti nelle decisioni di investitori e operatori del settore hospitality?

R. Avranno sicuramente un peso crescente. Già oggi la componente Esg è sempre più richiesta nelle operazioni di m&a del comparto. Lo notiamo anche in qualità di ente di certificazione di terza parte, essendo talvolta chiamati a effettuare due diligences Esg da parte di fondi immobiliari in fase di acquisizione o cessione di hotel. Ed è questa una tendenza che continuerà a svilupparsi. In tale contesto, il rispetto dei criteri Esg e l’ottenimento di certificazioni accreditate come la nostra Dca Esg e l’internazionale Gstc diventano un vero vantaggio competitivo. Non si tratta solo di trasparenza, ma di un elemento che aumenta concretamente l’attrattiva della struttura ricettiva, perché rende più semplice e immediata la valutazione da parte degli investitori e degli operatori. Tanto più che anche le banche prendono ormai in considerazione i requisiti Esg per la valutazione di ogni tipo di finanziamento, in alcuni casi agevolando l’accesso al credito, in altri rendendoli necessari per ottenere un finanziamento. In pratica, le certificazioni aiutano a ridurre i dubbi, rendono più confrontabili le diverse opportunità e migliorano il posizionamento sul mercato.

13 maggio 2026

AMA STAY: UN CONCEPT IBRIDO DAL TOCCO LADINO PENSATO PER I NOMADI DIGITALI

Inaugurato nell’inverno 2022/2023, già nel biennio successivo ha registrato un Ebit in territorio positivo

Un progetto ispirato ai più avanzati modelli di ospitalità ibrida internazionale, che integrano ricettività, lavoro e community nei principali contesti urbani e turistici. Il tutto declinato però fin dall’inizio come un concept originale, pensato su misura per il contesto altoatesino e in

dialogo costante con il territorio. Il 4 stelle Ama Stay nasce nel borgo ladino di San Vigilio di Marebbe da un’idea dell’imprenditore **Markus Promberger**, la cui famiglia si occupa di ospitalità da generazioni.

Il progetto è finanziato dalla società delle Funivie di San Vigilio. La struttura mira a coniugare tra loro spazi di lavoro, vacanza e benessere. Il concept, dopo l’esordio nella stagione invernale 2022/2023, nel giro di pochissimo tempo è riuscito a generare marginalità positive. Stando ai bilanci 2024 e 2025 della Funivie di San Vigilio, chiusi entrambi il 30 giugno, il 4 stelle ladino ha infatti registrato un Ebit rispettivamente di 236.048 e 341.218 euro, a fronte di un valore della produzione pari a 4,3 e 4,5 milioni.

«L’idea Ama Stay nasce dall’intenzione di intercettare un cambiamento strutturale nel modo di viaggiare e lavorare: la crescente diffusione dello smart working e dei nomadi digitali ha aperto la strada a un nuovo modello di ospitalità, più flessibile e ibrido – spiega lo stesso Promberger, che della struttura è managing director -. I nostri ospiti sono principalmente professionisti, imprenditori, creativi e remote worker internazionali, ma anche coppie e famiglie attratte da un soggiorno più dinamico e contemporaneo, che integra comfort, autonomia e condivisione. Gli spazi di coworking e le aree comuni favoriscono infatti una dimensione di community, che è parte integrante dell’esperienza».

La proprietà è composta da 39 camere doppie, altrettanti monolocali e 17 appartamenti, a cui si aggiungono spazi wellness, una piscina al coperto e una all’aperto, nonché ristorante e lounge bar. «Integriamo diverse linee di business: ospitalità, soggiorni di medio-lungo periodo, coworking, ristorazione e servizi accessori. Il che ci consente di ottimizzare l’occupazione lungo tutto l’anno e di ridurre in modo strutturale la dipendenza dalla sola stagionalità turistica».

E questo pur sempre nella consapevolezza che ai diversi periodi dell’anno corrisponde naturalmente una tipologia di ospiti differente: «In inverno prevale una clientela leisure legata allo sci e alle attività sportive sulla neve, mentre nei periodi intermedi e in estate cresce la componente workation, con soggiorni più lunghi e un utilizzo più intenso degli spazi di lavoro e di condivisione. Tuttavia, in ogni stagione manteniamo sempre la nostra doppia anima: luogo di produttività e allo stesso tempo di rigenerazione personale, in stretta connessione con il territorio e con la cultura ladina».

opinioni

Promberger: «Escludiamo di affiliarci a un brand. Eventuali repliche solo se in sintonia con il territorio»

Proprio la relazione con il territorio è una delle caratteristiche fondamentali del concept Ama Stay, tanto che al momento la possibilità di affiliarsi a qualche brand internazionale non è neppure presa in considerazione: «L'indipendenza rappresenta per noi un valore strategico fondamentale: ci consente di mantenere coerenza identitaria, agilità decisionale e libertà evolutiva nel tempo. Per questo, la volontà è quella di proseguire lungo un percorso di sviluppo indipendente, continuando a far evolvere la struttura in modo organico e coerente con la sua visione originaria. Nel medio periodo, in particolare, l'obiettivo è quello di consolidare ulteriormente i risultati, ottimizzando i flussi nei diversi segmenti e rafforzando le componenti a più alto valore aggiunto, in particolare il coworking, le esperienze e i servizi dedicati alla community».

Relativamente all'eventuale prospettiva di esportare il concept Ama Stay al di fuori del contesto ladino, «il nostro approccio è estremamente prudente e selettivo – conclude Promberger -. Il progetto di San Vigilio di Marebbe nasce infatti da un contesto molto specifico, quello delle Dolomiti e della cultura ladina, che rappresenta una componente identitaria essenziale del progetto. Eventuali sviluppi futuri non sarebbero quindi replicativi, ma potrebbero eventualmente tradursi in esplorazioni coerenti con la nostra filosofia, in contesti in grado di dialogare in modo autentico con i valori del brand».

15 maggio 2026

LVG UFFICIALIZZA IL TERZO HOTEL A NOVARA E UN NUOVO AUMENTO DI CAPITALE DA 20 MLN

Il ceo Lavagna: «Un'apertura ogni 22 giorni». Prossime tappe Milano Marittima, Alagna, Brescia e Roma

di Alessandra Favaro

Terza struttura a Novara per Lvg Hotel Collection, che il 13 maggio ha inaugurato ufficialmente La Bussola: 4 stelle da 96 chiavi situato in zona verde a pochi passi dal centro storico di via Guido Boggiani.

L'asset, acquisito lo scorso dicembre e poi sottoposto a un'importante ristrutturazione, è dotato anche di un ristorante e di cinque sale meeting modulabili, e ha già raggiunto un tasso di occupazione vicino all'80%. La struttura si affianca alle due proprietà già operative in città, il Tornielli 9 e il Cavour, consolidando la presenza del gruppo piemontese sul territorio dove ha sede la compagnia. La serata inaugurale ha offerto al ceo e founder **Claudio Lavagna** l'occasione di fare il punto sullo sviluppo del gruppo: «L'obiettivo è chiudere l'anno con 25 o 26 strutture – ha dichiarato -. Mantenendo questo ritmo arriveremo alla fine del 2028 con i 50 hotel e i 100 milioni di fatturato che è il target dichiarato al mercato».

A fare da leva sull'espansione è stata anche l'operazione con White Bridge Investment, avviata nel maggio 2025 quando il fondo ha acquisito il 74% del gruppo piemontese. Nel corso della serata è stato annunciato l'avvio di un ulteriore aumento di capitale da 20 milioni di euro, che si aggiungerà ai 10 milioni già versati l'anno scorso: l'operazione consentirà al gruppo di accelerare ulteriormente la propria pipeline. Che procede serrata, con il risultato di sette strutture aperte in sette mesi: «Una ogni 22 giorni». Il fatturato 2025 si è attestato a 18 milioni di euro, con una previsione di raddoppio a 36 milioni nel 2026. La Bussola funge anche da banco di prova per il nuovo concept ristorante del gruppo, il Tema Restaurant: un progetto pilota che ambisce a valorizzare la gastronomia locale.

A guidare il cluster novarese è **Antonio Pellegrino**, manager con oltre trent'anni di esperienza nell'hôtellerie internazionale. «Novara si trova in una posizione strategica fra Milano, Torino e Malpensa – ha spiegato Pellegrino -. Può accontentare sia clientela business sia clientela leisure».

Sul fronte della strategia di brand, il gruppo ha scelto di sviluppare un'insegna propria anziché operare in franchising in partnership con marchi internazionali: tutti gli hotel di nuova apertura portano già l'insegna Lvg Hotel Collection, con il rebranding delle strutture precedenti in corso. Tra le prossime inaugurazioni ci sono Milano Marittima, Alagna, Brescia e soprattutto Roma. Nella capitale si parla di un hotel importante, in una posizione molto centrale. Il nome della struttura non è stato ancora reso noto, con le firme ancora in corso d'opera.



Da oggi Battistolli è anche housekeeping alberghiero

Servizi per la gestione delle camere
e delle aree comuni di hotel 4 e 5 stelle.

Entriamo con processi strutturati
e collaudati nella Sicurezza
e nel Facility Management.
Organizzazione. Controllo. Scalabilità.
Attenzione al dettaglio.

Scopri i nostri servizi su battistollisi.it/hotellerie

 **Battistolli**
SERVIZI INTEGRATI

hotel development

20 aprile 2026

AL VIA I LAVORI PER IL 4 STELLE DI BRESCIA CHE SARÀ GESTITO DA LVG HOTEL COLLECTION

La Rm Service di Massimiliano Rossini ha investito poco meno di mezzo mln per la conversione della proprietà

Cominciano a emergere i primi dettagli del nuovo 4 stelle superior di Brescia annunciato da Lvg Hotel Collection lo scorso dicembre. La struttura, riporta la stampa locale, sorgerà in contrada del Cavalletto, nell'edificio che fu sede del servizio esteri di Banca San Paolo. Il cantiere è partito lo scorso febbraio, con i lavori che dovrebbero essere portati a termine entro giugno, per un investimento di poco inferiore al mezzo milione di euro. A guidare il progetto è lo studio di architettura cittadino B+Ma.

La palazzina, rimasta per parecchio tempo all'asta, è stata acquistata per una cifra non rivelata dalla Rm Service del comune di Flero guidata da **Massimiliano Rossini** e attiva nella compravendita di immobili. Come è noto la proprietà ha quindi pensato al gruppo Lvg per la gestione dell'hotel una volta aperto.

21 aprile 2026

SALE & LEASE BACK PER L'HOTELLO DI PADOVA ACQUISITO DA FONCIERE LFPI EUROPA

Secondo alcuni analisti la transazione dovrebbe essere stata chiusa per una cifra pari a 4 - 4,2 milioni

Si configura come un'operazione di sale & lease back il deal che ha recentemente portato Fonciere Lfpi Europa ad acquisire, tramite il proprio veicolo Fle Italia Sicaf, l'ex hotel Corso di Padova, oggi struttura Hotello da 260 posti letto.

A vendere è stata infatti la Urban Homy srl, a monte del brand di ostelli di ultima generazione attivo anche con un indirizzo a Trieste, che aveva a sua volta acquisito l'asset nella primavera del 2024 grazie al supporto dell'advisor

Gabetti Agency. Il Corso era rimasto aperto sino a novembre 2019, per poi essere messo in vendita a partire dal 2021, quando la cifra richiesta era pari a 2,8 milioni. Urban Homy continuerà quindi a operare la struttura euganea attiva dallo scorso ottobre con un contratto di locazione della durata di 12 anni. L'Hotello di Padova, ricavato in un edificio in stile liberty di circa 3 mila metri quadrati, include anche ampie zone comuni, nonché una piastra piano retail in fase di ristrutturazione con una porzione già locata al brand Popeyes. Le parti non hanno rivelato il valore della transazione, ma stando alle valutazioni di alcuni analisti la cifra si dovrebbe aggirare sui 4 - 4,2 milioni di euro. «Sono molto soddisfatto di aver completato questa acquisizione nel mondo dell'hospitality e in particolare in un settore in crescita come quello degli ostelli, sia per la dinamicità del prodotto, sia per la categoria dei soggetti a cui si rivolge, tra cui studenti, classi e scolaresche, viaggi di gruppo, turismo religioso e business traveler low cost - sottolinea l'amministratore delegato di Lfpi Italia Reim, **Stefano Keller** -. Una tipologia di domanda che ritengo in forte crescita e decorrelata rispetto a crisi pandemiche e di mercato». Lato acquirente Fle è stata assistita per conto di Fairwise, per i profili legali e di finanziamento, dai partner **Nicola Cozzi** e **Raffaele Rosi Bernardini**, dallo studio MNP per gli aspetti amministrativi e da Ryze per le attività tecniche. L'operazione è stata finanziata da UniCredit.

22 aprile 2026

DALLE CENERI DELL'AREION DI FORTE NASCE IL PRINCIPESSA AUTOGRAPH COLLECTION

L'asset è stato rilevato poco tempo fa dallo sceicco Ahmed bin Saeed al Maktoum, patron di Emirates

Ha aperto ufficialmente i propri battenti il nuovo Principessa Forte dei Marmi, Autograph Collection. La struttura, situata di fronte alla celebra Capannina, si chiamava fino a poco tempo fa hotel Areion ed è passata di mano per ben tre volte dal 2020 a oggi. Ultimo in ordine di tempo è stato lo sceicco **Ahmed bin Saeed al Maktoum**: il presidente e ceo del gruppo Emirates e di Emirates Airline ha acquisito l'asset a cavallo tra fine anno e lo scorso gennaio per una cifra che non è stata resa nota.

L'intera proprietà è stata demolita e ricostruita completamente come un moderno 5 stelle. Il Principessa vanta oggi 36 camere e suite dotate di ampie terrazze esterne a cui si aggiunge una piscina, mentre al centro della proprietà si trova il Marias restau-

hotel development

rant, guidato dallo chef di fama internazionale **Jason Atherton**, la cui visione culinaria unisce le influenze globali alla stagionalità dei prodotti toscani. L'identità architettonica dell'hotel rappresenta uno dei suoi elementi più distintivi. Progettato con linee fluide e scultoree ispirate alla silhouette di un yacht in movimento verso il mare, l'edificio mira a instaurare un dialogo continuo tra gli spazi interni e il paesaggio circostante.

Come rivelato dal nostro ultimo Destination Snapshot dedicato alla località toscana, con l'inaugurazione del Principessa l'offerta a 5 stelle di Forte dei Marmi è giunta oggi a sette strutture totali, ma è destinata a toccare quota dieci entro la fine del prossimo anno. E non si arriverà a undici solamente perché il progetto Baglioni relativo all'ex Paradiso al Mare è stato recentemente bocciato dalla Soprintendenza e dal Tar. E quindi rinviato per lo meno al 2029.

22 aprile 2026

PRIMO SVILUPPO IN ARMENIA PER LA DIVISIONE BWH HOTELS ITALY & SOUTH-EAST EUROPE

In costruzione a Yerevan un complesso ricettivo da 140 appartamenti brandizzato Best Western Premium

Primo sviluppo in Armenia per la nuova divisione allargata BWH Hotels Italy & South-East Europe. Pochi giorni fa alle porte della capitale Yerevan si è svolta la cerimonia della posa della prima pietra dal White Garden: nuovo complesso ricettivo da 140 appartamenti che si estenderà su un'area di 6.500 mq e sarà operato con il marchio Best Western Premium.

«L'avvio di questo cantiere in Armenia conferma la nostra visione di crescita in territori ad alto potenziale», spiega il cdo di Bwh Hotels Italy & South-East Europe, **Fabrizio Doria**.

L'offerta includerà pure una wellness area dotata di complesso termale, spa, palestra e piscina, affiancata da spazi dedicati al tempo libero, tra cui un ristorante, un anfiteatro all'aperto e aree gioco per i più piccoli. L'investimento si inserisce in un contesto macroeconomico particolarmente favorevole: secondo i dati del comitato per il turismo del ministero dell'Economia della Repubblica di Armenia e di Armstat, il Paese nel 2024 ha attirato 2,2 mln di visitatori internazionali, consolidando un trend che nel 2023 aveva già visto il fatturato turistico crescere del 97% rispetto al 2019.

23 aprile 2026

IL GRUPPO FMTG ACQUISISCE IL FALKENSTEINER CAPO BOI CHE GIÀ GESTIVA DA DIECI ANNI

L'idea è quella di riposizionare il resort nel segmento 5 stelle top ampliandone l'operatività a tutto l'anno

L'idea era trovare un accordo con la proprietà per realizzare un progetto 5 stelle top tramite un ulteriore riposizionamento verso l'alto del Falkensteiner Capo Boi. Ne aveva parlato circa un anno fa il ceo del gruppo Fmtg, **Otmar Michaeler**, in occasione di una conferenza stampa milanese. Un'opzione che la compagnia italo-austriaca potrà ora portare avanti in piena autonomia, visto che, dopo circa dieci anni di gestione operativa, Fmtg si è assicurata in questi giorni anche la proprietà dell'immobile situato in una baia della costa sud-orientale della Sardegna, all'interno dell'area marina protetta di capo Carbonara. Il valore della transazione non è stato rivelato, ma in linea con quanto dichiarato a suo tempo da Michaeler sono già stati annunciati «importanti investimenti».

E ciò «con l'obiettivo di consolidare il posizionamento della struttura tra i principali resort a 5 stelle dell'isola e contribuire allo sviluppo di un turismo sempre più stagionalizzato nell'area di Cagliari e del sud dell'isola, estendo tra le altre cose l'operatività del complesso per tutto l'anno». Nel lungo periodo, l'ambizione è quella di far entrare il resort nella collezione The Leading Hotels of the World, di cui fanno già parte tre strutture Falkensteiner: l'altoatesino Kronplatz, nonché gli austriaci Montafon e Schlosshotel Velden. Capo Boi vanta al momento un'offerta di 123 chiavi, a cui si aggiungono tre piscine all'aperto e una coperta, una spa con sauna e bagno turco, nonché tre ristoranti, un lounge bar, un miniclub e una palestra.

L'operazione si è concretizzata grazie anche a un finanziamento perfezionato da Monte dei Paschi di Siena. Gli stessi aspetti di natura finanziaria e di arranging della transazione sono stati seguiti da **Fabio Cassi** e **Matteo Pattavina** di Equita Debt Advisory, mentre per i temi legali e fiscali il supporto è stato di Dla Piper, Macciotta & Associati e Hager & Partners.

hotel development

Giorgio Mazzella, ex proprietario del resort, avvia contemporaneamente il progetto Jana da 120 milioni

A vendere la struttura è stata la **famiglia Mazzella**, con la quale Falkensteiner ha chiuso un altro accordo a inizio anno per la locazione per 18 anni dell'Arbatax Park Resort: mega-complesso turistico da oltre 60 ettari e 900 chiavi, situato sempre in Sardegna, in Ogliastra. Anche in questo caso il progetto prevede un ambizioso programma di restyling, interamente finanziato con investimenti in conto capitale per circa 30 milioni di euro, mentre il rebranding vero e proprio verrà completato nel 2027. Quasi in contemporanea con la vendita del resort di Capo Boi, sono inoltre ufficialmente partiti pochi giorni fa, con la cerimonia della posa della prima pietra, pure i lavori per la realizzazione del progetto Jana di Tortolì, nelle immediate adiacenze dell'Arbatax Park Resort: un progetto da 120 milioni di euro di investimento complessivo, si legge sulla stampa locale, voluto fortemente dallo stesso **Giorgio Mazzella**. L'idea di Jana, il cui nome si ispira ad alcune figure mitologiche della tradizione sarda, nasce già nel 2004 ma ha ottenuto il via libera definitivo dal consiglio comunale solo l'anno scorso. I piani sono quelli di sviluppare un sistema integrato di strutture residenziali, ospitalità, artigianato, cultura ed enogastronomia. Il complesso sarà distribuito su una superficie di circa 17 ettari situato tra il centro di Tortolì e la costa di Arbatax. Includerà attorno alle 500 chiavi tra appartamenti privati e unità di condhotel capaci di ospitare fino a 3 mila persone. A ciò si aggiungerà la cosiddetta cittadella dei mestieri, dove sarà posizionata una cinquantina di laboratori artigianali per ceramisti, tessitori e orafi della tradizione locale, nonché spazi dedicati allo sport e al benessere. Tutte le costruzioni saranno realizzate ispirandosi allo stile architettonico sardo, nonché a principi di bioarchitettura con sistemi di efficientamento dei consumi energetici e idrici. Il primo lotto in progetto prevede in particolare la realizzazione di 165 unità abitative, di cui la metà destinata a una funzione residenziale e il restante 50% alle attività ricettive. L'avvio del cantiere di Jana si accompagna ad altri progetti di potenziamento turistico dell'area, tra cui l'allungamento della pista dello scalo di Tortolì fino a 1.500 metri, per consentire l'atterraggio dei voli internazionali e dei jet privati, nonché la valorizzazione della vecchia tratta ferroviaria locale, destinata a diventare una sorta di metropolitana di superficie con sette fermate, in grado di collegare il borgo con il porto e le spiagge circostanti.

24 aprile 2026

BORGO VERDE: NELL'AREA EX ZANUSSI DI CONEGLIANO PREVISTI PURE DUE HOTEL

Il masterplan riguarda un terreno di 12 ettari a destinazione mista residenziale, retail, uffici e hospitality

Si chiama Borgo Verde ed è il megaprogetto di conversione e valorizzazione dell'ex Zanussi di Conegliano: un'area di circa 12 ettari dismessa da tempo e situata non lontano dalle colline del Prosecco, territorio che dal 2019 è incluso nell'elenco dei beni Patrimonio Unesco. Dell'iniziativa se ne parla già da qualche tempo, tanto che il primo masterplan è di settembre 2023, redatto dallo studio dell'architetto **Stefano Boeri**. Ma la quinta e più recente relazione, con il contributo della società Mesa Urban Lab & Real Estate incaricata da Conegliano Real Estate, l'immobiliare del gruppo Grigolin, pare ormai essere molto vicina a quella che sarà la versione definitiva dell'operazione. E tra gli interventi ipotizzati c'è anche la realizzazione di due hotel a 3 e 4 stelle, per un'offerta di 120 camere complessive. Il documento sarà analizzato dal consiglio comunale della località veneta il prossimo lunedì 27 aprile, quando l'amministrazione sarà chiamata ad approvare l'atto di indirizzo per l'accordo pubblico-privato. In esso vengono delineate con precisione le stime dei costi per tutte le edificazioni in progetto: appartamenti, negozi, uffici, parcheggi multipiano, piazze, percorsi ciclabili, aree verdi e, appunto, i due hotel, per circa 260 mila metri cubi di volumi. Nel dettaglio, si prevede che gli edifici residenziali coprano circa 65 mila metri quadrati, mentre le superfici destinate a commerciale e uffici saranno inferiori ai 6 mila metri quadrati ciascuna. Al secondo posto per estensione si collocano invece proprio le due strutture ricettive, distribuite su oltre 9.100 metri quadrati complessivi. L'albergo a 3 stelle sarà in particolare dotato di 72 camere, mentre quello a 4 stelle di 48. Il comune dovrebbe inoltre diventare proprietario della maggior parte delle aree a verde pubblico, dei parcheggi e delle superfici destinate ad attrezzature collettive: a questo riguardo sono circa 800 i parcheggi pubblici previsti, mentre il nuovo borgo si affaccerebbe su un'unica piazza.

Le strutture saranno dotate di 120 chiavi totali. Stimati ricavi camere per quasi 4 milioni di euro all'anno

Oltre agli investimenti per la realizzazione della parte residenziale, che sfiorano i 120 milioni di euro a fronte di ricavi stimati

hotel development

in 214 milioni dalla cessione delle unità immobiliari, una parte specifica della relazione è dedicata proprio agli alberghi: per stimarne i ricavi, la società ha quindi utilizzato un benchmark di riferimento composto da alcune strutture locali, tra cui il Canon d'Oro, il Cristallo e il nuovo B&B Eurorest, tutti situati proprio a Conegliano. Sulla base di tali dati, l'analisi stima perciò che i due alberghi del Borgo Verde saranno in grado di generare «ricavi annui complessivi legati ai soggiorni, al lordo delle imposte, pari a 3.972.096 euro». A tale cifra andranno poi ad aggiungersi attorno agli 1,3 milioni prodotti da servizi accessori quali ristorante, bar, area benessere e palestra. A livello di costi, una voce importante è quella relativa agli oneri per la bonifica dell'area: un anno fa l'esborso era stimato in 7 milioni di euro, ma nel frattempo sarebbe già salito di un ulteriore milione. L'area è per il 78% di proprietà della Conegliano Real Estate del gruppo Grigolin, che la ha acquistata all'asta nel 2022 dal fallimento della Conegliano Iniziative Immobiliari, mentre è del comune il restante 22%, che comprende pure l'ex fonderia di cui è stata prospettata la demolizione. Anche grazie all'effetto colline del Prosecco Patrimonio Unesco, la località di Conegliano è da qualche tempo al centro di una serie di progetti alberghieri. Oltre al già citato nuovo B&B Eurorest, nella destinazione ha aperto lo scorso settembre il Wyndham Garden Conegliano, terza declinazione della collaborazione tra la compagnia Usa e la white label company domestica All In Italia Hotels & Resorts. Si tratta di un 4 stelle pet-friendly dotato di 51 camere, ristorante self-service e lounge bar. Presente pure uno spazio eventi da 70 metri quadrati e una meeting room capace di accogliere fino a 50 delegati, un fitness centre e un parcheggio privato.

24 aprile 2026

IL SAVOIA DI RIMINI INAUGURA UNA FOOD COURT CON SPAZI F&B E SALE POLIFUNZIONALI

Lo spazio si sviluppa su circa 2 mila metri quadrati di superficie ed è aperto anche agli ospiti esterni

Dallo scorso 10 aprile è operativo il nuovo progetto food court Galleria Savoia dell'omonimo albergo di Rimini del gruppo Piazza Hotels. La novità mira a proporsi come uno spazio aperto anche agli ospiti esterni, contemporaneo e conviviale. Si sviluppa su circa 2 mila metri quadrati e ospita diverse anime della ristorazione. Accanto alle aree food, la Galleria include pure sale polifunzionali dedicate a incontri, convegni ed eventi. Si tratta di un investimento che **Orfeo Bianchi**, ceo e presidente di Piazza Hotels, definisce «significativo e capace di testimoniare fiducia

concreta nelle potenzialità della città». L'inaugurazione si inserisce pienamente nel percorso di crescita e nella visione del gruppo nato nel 1989, che oggi vanta un portfolio di oltre mille camere e appartamenti distribuiti in 13 strutture tra Italia e Svizzera.

27 aprile 2026

VICENZA: AL VIA I LAVORI PER IL NUOVO 4 STELLE AURA BOUTIQUE HOTEL DA 20 CAMERE

Il cantiere è partito a settembre 2025, con la previsione di chiudersi già a novembre di quest'anno

Ancora un progetto di rigenerazione urbana a destinazione alberghiera per la città di Vicenza. Dopo le due iniziative relative alla conversione dell'ex palazzo di giustizia di Santa Corona in un 4 stelle da 120 chiavi e alla realizzazione di un hotel da 40 camere ricavato in tre blocchi immobiliari situati nella contrada di Santa Caterina denominati ex Canonica, ex Bartolomei ed ex Zitelle (dal nome dell'oratorio adiacente, ndr), sono partiti i lavori per un ulteriore 4 stelle in città. L'Aura Boutique Hotel sorgerà dalla ristrutturazione e dal rilancio di un complesso monumentale rimasto in disuso ormai per sei anni: palazzo Bonagente Rigoni Sandri, ex sede di H-Farm, è stato acquistato dalla società immobiliare Spericci srls, che ora vi è impegnata nella realizzazione di una struttura da 20 chiavi di dimensioni comprese tra i 17 e i 35 mq, capaci di accogliere fino a 46 ospiti, a cui si aggiungeranno anche un bar - caffetteria e una sala polivalente per riunioni o spazi di lavoro.

Il cantiere a palazzo Bonagente, edificio storico con annesso scuderie, è partito a settembre 2025, con la previsione di chiuderlo a novembre di quest'anno. Il progetto è a cura di scaworks architettura, con la consulenza di Hotel Guru. L'apertura dell'Aura Boutique Hotel avverrà successivamente e in relazione al cantiere in programma nell'immobile adiacente al palazzo, acquistato di recente dalla stessa società Spericci, dove si pensa di realizzare una decina di appartamenti a uso turistico per permanenze più lunghe. «Il concept architettonico dell'albergo si fonda sulla volontà di celebrare l'identità di Vicenza come città dell'oro. L'atmosfera è quella di un lusso sobrio, dove l'estetica rinascimentale del corpo padronale dialoga con innesti contemporanei e dettagli dorati che

hotel development

attraversano gli spazi», racconta l'architetto **Silvia Casarotto**, titolare di scaworks. «L'hotel si svilupperà su più livelli, integrando il palazzo principale con la barchessa interna, un tempo sede delle vecchie scuderie – le fe eco la titolare della Spericci, **Laura Ricciolini** -. Tra le particolarità dell'Aura c'è l'idea con cui è stato concepito il piano terra, che si presenterà come uno spazio permeabile e aperto alla città».

27 aprile 2026

CAMBIO DI NOME E GESTIONE PER L'EX GALLERY DI RECANATI CHE DIVENTA COLLEMARE

L'operatività del 4 stelle è in capo alla Gmb di Mauro Marinelli, Claudio Bianchini e Massimiliano Guzzini

Cambio di gestione e di nome per l'ex Gallery di Recanati, che si appresta a riaprire come hotel ColleMare mantenendo le 4 stelle e le sue 68 camere. L'operatività, si legge sulla stampa locale, è ora in carico alla Gmb, società composta dal rappresentante legale **Mauro Marinelli**, nonché dagli altri due soci **Claudio Bianchini** dell'Immobiliare Ruggero di Montecassiano e **Massimiliano Guzzini** della Premium Paradise nella stessa Recanati. L'hotel è stato aperto nel 2002 dalla conversione di un ex seminario. Il comune ne assegnò allora la gestione in concessione cinquantennale per un canone annuo di oltre 50 mila euro. Seguì tuttavia una serie di fusioni e trasformazioni societarie che condussero alla chiusura dell'albergo nel 2022. Ora è finalmente giunto il nuovo accordo con la Gmb, che include tra le altre cose l'impegno a riaprire la struttura entro sei mesi, nonché di mantenerla operativa almeno da maggio a settembre.

28 aprile 2026

A BIBIONE PINEDA SI PENSA A UN COMPLESSO MISTO OSPITALITÀ-RESIDENZIALE DA 30 MLN

Il piano in discussione in comune includerebbe una struttura da 100 chiavi per 16,5 milioni di investimenti

Un progetto misto ospitalità-residenziale da oltre 30 milioni di euro che dovrebbe sorgere nell'area del porto turistico di

Bibione Pineda è in questi giorni al centro del dibattito nel municipio di San Michele al Tagliamento. In attesa dell'eventuale via libera da parte del comune, il piano prevede la realizzazione di un hotel da 100 camere per 16,5 mln, a cui si dovrebbe aggiungere una parte residenziale per 8,5 mln e una spa da 6,5 mln. L'iniziativa, si legge sul Gazzettino, è a cura della Bibione Darsena srl, che ha dato l'incarico del masterplan architettonico allo studio italiano AbcPlus. L'operazione punta all'autonomia energetica totale.

A corollario dell'iniziativa, si aggiungerebbero pure 6 mln di fondi pubblici per le opere infrastrutturali, che includeranno nuove passeggiate, la riqualificazione della marina e sistemi di protezione idraulica. Se tutto dovesse andare come si spera, il cantiere dovrebbe prendere il via nel 2027 per concludere i propri lavori entro il 2030.

30 aprile 2026

DAL RIPOSIZIONAMENTO DELL'EX STAR, BOHOPO APRE A MILANO CASA LAVENI

Il nuovo boutique hotel meneghino vanta 30 camere, un bar self-service, una palestra e un'area benessere

Ha aperto in questi giorni a Milano il nuovo boutique hotel da 30 chiavi Casa Laveni, nato dalla ristrutturazione dell'ex 3 stelle Star. Situato in via dei Bossi, a pochi minuti a piedi dal Duomo, l'asset è stato acquisito dalla BoHoPo Holdings a inizio 2024 per una cifra non rivelata tramite la propria controllata italiana Una Otto. Lo sviluppatore e investitore cipriota ha poi ottenuto da Bpm, a marzo 2025, un finanziamento ad hoc per il rinnovamento dello Star. Casa Laveni prende in particolare il nome dall'ingegnere **Giuseppe Laveni**, che in questo edificio costruito agli inizi dell'Ottocento ha vissuto nei primi anni del secolo successivo e il cui lavoro ha contribuito alla realizzazione di alcuni dei simboli architettonici della città, tra cui l'Excelsior Hotel Gallia e il cinema Odeon. Il progetto di restyling è stato curato da Delogu Architecture in collaborazione con lo studio Sacchi Architetti, traendo ispirazione proprio dalla precedente funzione residenziale dello stabile. L'offerta dell'hotel include pure un bar self-service, una palestra e un'area benessere, a cui si aggiunge il programma culturale permanente Laveni Curates

hotel development

che, allestito nelle due vetrine affacciate su via Bossi, intende fungere da piattaforma per installazioni di moda e design contemporanei. Il gruppo Boutique Hotel Portfolio (BoHoPo) vanta attualmente un portfolio di undici proprietà, situate oltre che a Milano anche ad Atene, Bruxelles, Porto e Parigi. Di queste, sette sono già operative e altre quattro in pipeline.

4 maggio 2026

FORLÌ: L'EX SEDE ENEL SI PREPARA A DIVENTARE UN 4 STELLE DA UNA SESSANTINA DI CHIAVI

L'asset è stato recentemente acquisito dalla famiglia Lami, già titolare di un albergo nella città romagnola

L'ex sede dipartimentale Enel di Forlì passa ancora di mano ma rimane intatto il progetto di una sua conversione in hotel. A fine dicembre l'asset è stato infatti acquisito per una somma non rilevata dalla **famiglia Lami**, già titolare in città del 2 stelle Lory. E la nuova proprietà avrebbe tutte le intenzioni di portare avanti il piano fino a oggi rimasto sulla carta di trasformarlo in una struttura ricettiva. Il palazzo era stato una prima volta ceduto a giugno 2024 dal fondo Nucleos alla società The Saints, anche in questo caso per un corrispettivo non comunicato. Quest'ultima compagine era stata fondata appositamente per l'occasione ed era composta da imprenditori forlivesi attivi in diversi settori tra cui la ristorazione. Parte dell'iniziativa era infatti anche l'osteria Don Abbondio, che puntava a trasferire la propria attività nel nuovo albergo affiancandovi pure un American bar. Il socio di maggioranza e presidente del cda era invece **Franco Sassi**, imprenditore del settore delle costruzioni speciali, titolare della Technologica srl di Predappio.

Tra le opzioni prese inizialmente in considerazione c'era stata anche quella di trasformare l'edificio in uno studentato ma poi si era preferito virare sul progetto di un albergo 4 stelle superior da una sessantina di camere e suite, ristorante e bar. Il piano non è poi stato portato avanti soprattutto perché nessuno dei soci della cordata proveniva dal settore dell'ospitalità, ha spiegato lo stesso Sassi al Resto del Carlino. A preoccupare gli imprenditori era in particolare la selezione della realtà a cui affidare la gestione dell'hotel. Ora ci si aspetta che la famiglia Lami possa finalmente dar corso al progetto. I titolari del Lory già nel 2022 avevano peraltro acquisito dal comune di Forlì l'ex comando dei vigili di corso della Repubblica, senza però fretta di trovargli una nuova funzione.

5 maggio 2026

OSPITALITÀ IN FERMENTO NELL'ASCOLANO: QUATTRO I PROGETTI IN CORSO, TRA CUI UN B&B

Il gruppo francese cresce ancora nelle Marche, mentre proseguono i lavori per il primo 5 stelle in città

Proseguono le strategie di sviluppo marchigiane di B&B Hotels che, dopo l'annuncio del debutto pesarese al Des Bains e al Bristol, aggiunge al proprio portfolio anche il nuovo 4 stelle in costruzione ad Ascoli Piceno a cura della Fainplast di **Battista Faraotti**. I lavori, eseguiti dall'impresa Panichi, stanno ormai per giungere al termine, rivela il Corriere Adriatico, con la chiusura del cantiere previsto entro il prossimo giugno. Qualche mese in ritardo, dunque, rispetto a quanto dichiarato al momento dell'annuncio del progetto, quando si pensava di aprire la struttura già a novembre 2025. I piani per il nuovo hotel, ricavato dalla demolizione e ricostruzione di un immobile nato come centro direzionale e albergo-residence ma mai completamente realizzato, erano stati rivelati a giugno 2024. Faraotti aveva acquisito l'asset due anni prima tramite trattativa privata con il tribunale, dopo che l'asta per la vendita dell'immobile era andata deserta.

Quello che nascerà tra circa un mese sarà quindi un albergo di quattro piani sviluppato su una superficie attorno ai 3 mila metri quadrati e dotato di 95 camere, situato nella zona industriale della città, a ridosso dello svincolo autostradale. Non è questo, però, l'unico progetto ricettivo ad Ascoli della Fainplast, che sta anche lavorando al recupero dell'hotel Gioli, in pieno centro. In questo caso i piani prevedono di trasformare l'ex 3 stelle da 56 chiavi ceduto dalla famiglia De Marco alla società dei Faraotti a dicembre 2024 in un 4 stelle superior da 45 camere. L'inaugurazione è in calendario per la fine del 2027. Sempre nella città marchigiana dovrebbe inoltre aprire a Pasqua del prossimo anno il primo 5 stelle della destinazione, che nascerà dal riposizionamento dell'attuale 4 stelle da 23 camere Palazzo Guiderocchi, grazie a un intervento in project financing di circa 1,6 milioni di euro. L'iniziativa è della Leomar di **Matteo Di Sabatino**, già gestore della struttura, in partnership con l'impresa edile locale

hotel development

Giancarlo Mariani srl. Sempre nel territorio del capoluogo piceno, in località di Campolungo, è in corso infine la riqualificazione di Villa Sgariglia. L'immobile, di proprietà comunale e rimasto inutilizzato per anni anche a causa di un contenzioso legale, è stato affidato in locazione tramite gara alla società abruzzese La Fenice srl del comune di Silvi, nel teramano. Una volta conclusi i lavori, metterà a disposizione 29 camere (tra doppie, triple e quaduple) per un totale di 79 posti letto. La concessione prevede una durata di nove anni più nove per un canone annuo di 23.400 euro più Iva, ben al di sopra della base di gara fissata a quota 10 mila euro più Iva.

7 maggio 2026

ICON: QUASI 12 MLN DI INVESTIMENTO PER IL NUOVO SAN FRANCESCO COUNTRY RESORT

Il rebranding della struttura toscana è parte di una vasta operazione di restyling che si concluderà nel 2028

Un investimento che alla fine arriverà vicino alla soglia dei 12 milioni di euro. La Icon Collection prosegue lungo il percorso strategico di riposizionamento verso l'alto dell'offerta e fa evolvere il proprio residence-agriturismo toscano Antico Podere San Francesco di Rosignano Marittimo in un vero e proprio resort. La trasformazione prenderà corpo già a partire da fine maggio-metà giugno, con la chiusura della prima tranche di lavori da 5,8 milioni di euro che porterà all'apertura di sette nuove suite-appartamento e cinque camere, tutte con giardino privato e alcune con jacuzzi. La novità sarà inoltre accompagnata da un rebranding della struttura, che assumerà il nuovo nome di San Francesco Country Resort, e soprattutto da un cambio di target, con una crescente apertura ai mercati internazionali dei segmenti di mercato più elevati. «L'idea di sviluppo di questa struttura nasce già nel 2005 – racconta il ceo del gruppo, **Federico Ficanterri** –, ma l'iter burocratico ha ritardato la realizzazione del progetto. Il primo ampliamento è stato completato nel 2019. Da quel momento le leve strategiche sono state chiare: il riposizionamento del prodotto verso l'alto e il conseguente adeguamento del pricing, reso possibile dall'ampliamento e dall'evoluzione dei servizi offerti». Proprio su quest'ultimo fronte, «il resort introduce ora una proposta ancora più ampia e destagionalizzata: piscina riscaldata a

28 gradi anche in bassa stagione, una hall dal forte carattere toscano e un nuovo bar. Servizi come il breakfast a bordo piscina e i Vip program stanno già ricevendo ottimi riscontri».

Ma il piano di sviluppo, articolato nel triennio 2026-2028, non si ferma e per il prossimo futuro punta a un rafforzamento dell'asset grazie a un ulteriore investimento di 6 milioni di euro: «Continueremo a impegnarci nell'ampliamento dell'offerta con nuove suite-appartamento, ma anche nello sviluppo dei servizi. Tra i progetti futuri, ci sarà pure una piscina riscaldata in stile spa, con aree dedicate al relax di coppie e famiglie». A completamento dell'opera, un nuovo ristorante e un paio di suite spa contribuiranno a trasformare la struttura in una destinazione autonoma: «Nel dettaglio, il progetto prevede la realizzazione di due suite spa dedicate alle coppie, un'area per trattamenti e una palestra. Il ristorante sarà fortemente legato al territorio, con un focus sulla tradizione contadina. La mia esperienza personale, anche come macellaio da giovane, sarà parte di questo racconto».

8 maggio 2026

HANNAH HOTELS COLLECTION APPRODA IN PUGLIA CON IL PUNTEBIANCHE IN VALLE D'ITRIA

Fondata appena cinque anni fa, la compagnia di Valerio Ceccarelli conta oggi su un portfolio di sei strutture

Debutta in Puglia la Hannah Hotels Collection. Ad annunciare la novità sulla sua pagina LinkedIn è lo stesso ceo e fondatore della compagnia, **Valerio Ceccarelli**, romano di nascita ma erede della dinastia di industriali fabrianesi Merloni: Puntebianche è un resort di appena cinque camere e una suite situato in valle d'Itria, nella località di Ceglie Messapica del territorio brindisino. La proprietà si compone di una masseria con diversi trulli, nonché di un uliveto, di un vigneto, di una piscina e di un bagno turco scavato nella roccia. Ma la new entry pugliese è solo l'ultimo tassello di un'attività di sviluppo piuttosto consistente per un gruppo fondato nella capitale appena cinque anni fa. Poco più di un mese fa è stata infatti la volta del secondo indirizzo di via del Corso a Roma, grazie all'inaugurazione delle Signature Rooms: una serie di serviced apartments situati non lontano dall'hotel Regno, sempre parte della Hannah Hotel Collection. Al termine della scorsa estate è stata inoltre inaugurata Villa Miliani a Fabriano: un boutique hotel da 24 camere, centro benessere, terrazza panoramica, palestra e due grandi

hotel development

spazi outdoor per l'eventistica. Presente pure un ristorante che sarà presto dato in gestione alla RistoFabriano: un'altra iniziativa di Ceccarelli che, insieme in questo caso ai soci **Fabrizio Palanca** e **Simone Chiodi**, ha pensato di dar vita a un polo ristorativo e produttivo basato sulle tradizioni montane marchigiane, che evidentemente apre anche a possibili collaborazioni con le attività dell'imprenditore romano in ambito alberghiero.

Ma come è nato il progetto Hannah Hotels Collection? A spiegarlo è lo stesso Valerio Ceccarelli, sempre sulla sua pagina LinkedIn: «Sono nato a Roma nel 1995, laureato in scienze politiche presso l'università Luiss Guido Carli di Roma. Nel giugno del 2017, al termine del mio percorso di studi, capisco di essere attratto dal mondo alberghiero e dall'ospitalità nella sua forma più ampia, decidendo di avvicinarmi a esso. Dopo alcune esperienze in catene alberghiere italiane, a settembre 2021 prendo in gestione nel centro storico della mia città la mia prima struttura: il Coronari Palace (3 stelle, 15 chiavi, in fase di ristrutturazione dallo scorso novembre con riapertura prevista il prossimo autunno, ndr)».

A maggio 2023 è quindi la volta della seconda proprietà, ossia proprio quell'hotel Regno di via del Corso (3 stelle, 26 camere), nelle cui vicinanze sono state da poco inaugurate le Signature Rooms. «Arrivai così a coronare uno dei miei sogni, fondare una collezione alberghiera», prosegue Ceccarelli: la Hannah Hotels Collection appunto. «A dicembre 2024, è poi il turno dell'hotel dei Consoli (28 chiavi)»: terza struttura e primo 4 stelle a entrare nella catena. Stando a quanto riporta il più recente bilancio societario disponibile risalente al 2024, la Anna srl, a monte del brand Hannah Hotels, opera il Coronari Palace e il Regno «in forza di un contratto d'affitto d'azienda con durata novennale. A decorrere dal mese di gennaio 2025 la società ha inoltre acquisito la gestione di un'ulteriore azienda alberghiera, denominata Hotel dei Consoli». Per quanto riguarda l'andamento economico della compagnia, il documento rivela infine come Roma abbia mostrato nel 2024 «una performance robusta», che la società «ha saputo cogliere, incrementando i ricavi del 45% (da poco più di 2,1 milioni di euro a 3,1 milioni), grazie anche alla gestione diretta per tutta la durata dell'esercizio della struttura alberghiera Hotel Regno, acquisita nel mese di giugno 2023». Bene pure l'Ebitda salito dai 425 mila euro del 2023 a 728 mila, così come gli utili netti passati nello stesso anno da 286 mila a 572 mila euro.

Migliaia	2022	2023	2024
Ricavi delle vendite	748	2.117	3.070
Ebitda	106	425	728
Utile netto	74	286	572

Gli ultimi bilanci della Anna srl. Valori in euro. I dati del 2022 includono solo il Coronari Palace, mentre quelli successivi comprendono pure il Regno, a cominciare da circa la metà del 2023

12 maggio 2026

TH RESORTS E CDP INVESTONO 13 MILIONI NEL RESORT DI OSTUNI PER 100 NUOVE CAMERE

Il piano prevede anche il rinnovamento dell'intera offerta f&b e punta a incrementare le presenze del 30%

Nuovo piano di espansione da 13 milioni di euro per il Th Ostuni, che entro il 2028 sarà dotato di 100 camere ulteriori e di ristoranti completamente rinnovati. L'operazione sarà condotta da Th Resorts, in collaborazione con Cdp Real Asset, proprietaria della struttura a 3 stelle attualmente provvista di 370 chiavi. L'intervento rappresenta una nuova tappa del percorso di valorizzazione avviato nel 2013 e porta l'impegno complessivo congiunto di Cdp Real Asset e Th Group sul resort pugliese a oltre 27,4 milioni di euro. Con il nuovo investimento, la struttura punta a un incremento stimato del 30% delle presenze, rafforzando ulteriormente il proprio posizionamento nel segmento leisure nazionale. Nel 2025 il Th Ostuni ha registrato in particolare più di 97 mila pernotta-

hotel development

menti e occupa oggi circa 250 collaboratori tra personale diretto e servizi in outsourcing. Per la stagione 2026 il villaggio registra già un tasso di occupazione pari all'80%. «L'intervento che stiamo realizzando al Th Ostuni insieme al gruppo padovano contribuirà non solo a rafforzare l'attrattività complessiva del territorio – spiega l'amministratore delegato di Cdp Real Estate, **Antonino Turicchi** –, ma anche a intercettare una domanda turistica a maggiore valore aggiunto, generando ricadute positive e diffuse sull'economia locale». Il progetto arriva peraltro in un momento di forte crescita del turismo pugliese, che secondo le stime presentate all'ultima Bit di Milano dovrebbe superare i 6,7 milioni di arrivi e 23 milioni di presenze nell'arco del 2026. A novembre dello scorso anno, Hotelturist, la società partecipata da Solfin Tourism, Cdp Equity e Isa a monte del gruppo Th, ha raccolto un totale di oltre 54 milioni di euro di finanziamenti da parte di Intesa Sanpaolo, in collaborazione con Monte dei Paschi, Banco Bpm, Iccrea Banca, Valpolicella Benaco Banca e Bper, proprio con l'obiettivo di rafforzare le strategie di sviluppo della compagnia padovana. Th Resorts ha chiuso l'esercizio 2025 lo scorso 31 ottobre con un fatturato superiore ai 270 mln di euro, rispetto ai 214 mln del 2024. Per l'anno in corso si pensa di raggiungere la soglia dei 300 mln, mentre il target 2029 è fissato a quota 400 mln. Stando al nostro **Chain Hotels Database**, Th a oggi gestisce 30 proprietà in Italia per 5.800 chiavi complessive, la maggior parte delle quali operate tramite contratti di affitto. Di queste, 12 afferiscono al segmento montagna per quasi 2 mila chiavi totali a 3 e 4 stelle, quasi tutte brandizzate Th Club e Th Alpine. La lista comprende anche la new entry calabrese Praia a Mare – Borgo di Fiuzzi Resort & Spa annunciata alla fine dello scorso ottobre.

12 maggio 2026

IN ARRIVO A GIUGNO IL NUOVO 5 STELLE VENEZIANO ELIZABETH UNIQUE DA 14 CHIAVI

In città sono attualmente operativi 29 indirizzi del segmento lusso, per un totale di quasi 2.400 chiavi

Nuovo sviluppo lusso a Venezia, dove aprirà presto l'hotel Elizabeth Unique. Il progetto è del gruppo Elizabeth, già attivo con altre cinque proprietà tra alberghi e appartamenti situati a Roma, a Bologna e nella campagna felsinea, nonché nello stesso capoluogo veneto. Oltre che con il sub-brand Unique, la compagnia opera anche con le linee Lifestyle e Country House, mentre l'altra struttura veneziana si chiama Hotel Antico Doge. Affiliato Design Hotels, il nuovo Elizabeth Unique nella

Serenissima nasce dalla conversione di un palazzo nobiliare del diciassettesimo secolo situato nel sestiere di Cannaregio e include pure una galleria d'arte dedicata alle opere contemporanee, curata in collaborazione con la galleria Russo di Roma. Dispone di 14 camere e suite, nonché di un ristorante gourmet. Il design degli interni è stato affidato allo studio di architettura Cristina Celestino, che ha mirato a sviluppare un concept in grado di bilanciare gli echi della storia veneziana con una scenografia contemporanea d'avanguardia. «Venezia non è un'apertura isolata, ma il coronamento di una logica di collezione di strutture con identità forte – spiega il fondatore del gruppo alberghiero, **Vittorio Curatella** –. Il progetto si inserisce nella stessa filosofia già sviluppata con le precedenti aperture: contaminazione tra ospitalità e arte contemporanea». Stando al nostro **Luxury Hotels Database**, a Venezia sono attualmente operativi 29 hotel a 5 stelle, per un totale di quasi 2.400 chiavi. In pipeline, oltre alla imminente inaugurazione dell'Elizabeth Unique, ci sono la prossima riapertura del nuovo Danieli griffato Four Seasons, nonché sempre in calendario per quest'anno l'inizio delle operazioni del Murano Luxury Hotel, di Palazzo Molin Erizzo e dell'Only You Bonvecchiati Venice. Per il 2027 si attende infine l'inaugurazione del Rosewood Venice (ex Bauer) e della Locanda Vivaldi riposizionata nel segmento più alto di mercato.

13 maggio 2026

DOPO CIRCA UN ANNO DI LAVORI HA APERTO IL 4 STELLE PARK HOTEL GEMONA

L'investimento è della famiglia Memolla, per un impegno complessivo di 4 mln

È stato inaugurato in questi giorni in Friuli il Park Hotel Gemona: nuovo 4 stelle da 60 camere realizzato tramite il recupero di un edificio rimasto incompiuto e abbandonato dal 2008. L'operazione è stata portata avanti dalla **famiglia Memolla**, già titolare dal 2007 del ristorante pizzeria Tarcentino nella vicina Tarcento. L'asset è stato acquisito a marzo dell'anno scorso per poi essere ristrutturato in pochi mesi, grazie a un investimento complessivo di circa 4 milioni di euro. L'edificio si sviluppa su due piani per una superficie totale attorno ai 4.800 metri quadrati. Oltre alle 60 camere, di cui 55 doppie, una quadrupla e quattro per ospiti con disabilità motorie, tutte situate al

hotel development

primo piano, l'albergo include pure una palestra, un bar, una zona lounge, un ristorante, parcheggi anche per autobus e biciclette, due sale polifunzionali capaci di ospitare fino a 150 persone, nonché altre due sale riunioni più piccole. L'apertura di questa nuova struttura, racconta il Messaggero Veneto, si inserisce in un contesto particolarmente dinamico per il turismo della località friulana. Dal 2018 al 2024 gli arrivi nell'area del Gemonese sono infatti passati da 34.768 a 57.440 (+65%), registrando incrementi a tre cifre percentuali nei mesi di giugno (+122%) e settembre (+107%). Nel medesimo lasso di tempo sono cresciute anche le presenze: dalle 66.389 di otto anni fa alle 98.492 del 2024 (+48%). Un trend trainato soprattutto dallo sviluppo delle ciclovie regionali (Fvg1 Alpe Adria, Fvg3 Pedemontana, Fvg6 del Tagliamento e Fvg7 del Friuli). E proprio i flussi legati al cicloturismo, ha raccontato al quotidiano l'amministratore delegato della società Al Tarcentino srl, **Alessandro Memolla**, sono tra i target di riferimento della nuova struttura, insieme alla domanda corporate.

14 maggio 2026

A GORIZIA UN PROGETTO PER CONVERTIRE UN CONVENTO IN UN COMPLESSO MIXED-USE

L'iniziativa è a cura degli austriaci della Kamper Handerk + Bau e prevede pure la realizzazione di un albergo

Da convento a complesso mixed-use, comprendente funzioni direzionali, un hotel, un ristorante, un auditorium, nonché residenze per studenti e per anziani. Nel piano è previsto pure il mantenimento della chiesa e dei servizi per le suore che rimarranno in sede. È il progetto della società austriaca Kamper Handerk + Bau GmbH per la conversione del monastero goriziano Povere suore scolastiche di Nostra Signora. Un asset sviluppato su circa 7.600 metri quadrati di superficie complessiva acquisito dalla stessa Kamper Handerk + Bau nel 2023 per una somma non nota. Adesso, si legge sul Piccolo, dopo tre anni di attività sottotraccia, è arrivato il via libera all'iniziativa, grazie a una delibera di variante urbanistica recentemente adottata dal comune. Con sede a Tillmitsch, nella Stiria meridionale, la società austriaca ha curato in passato la ristrutturazione del Parlamento nazionale. Oggi vanta un fatturato annuo di 80 milioni di euro, con una quota di esportazioni pari all'82%.

15 maggio 2026

SARÀ INAUGURATO A FINE ESTATE IL QC TREVISO NATO DAL RESTYLING DEL RELAIS MONACO COUNTRY

L'operazione è stata condotta grazie a un co-investimento di proprietà e gestore di circa 16 milioni di euro

Debutterà a fine estate il nuovo Qc Treviso, nato dalla ristrutturazione e riposizionamento del relais Monaco Country Hotel & Spa, 4 stelle da 79 chiavi di Ponzano Veneto, già villa Persico Guarnieri, la cui titolarità è riconducibile alla galassia Benetton. L'operazione è stata condotta grazie a un investimento di circa 16 milioni di euro, realizzato in partnership tra Qc Spa of Wonders e la stessa proprietà. Una volta ritornato operativo, il complesso disporrà di una sessantina di camere, nonché di una spa ampliata fino a 4 mila metri quadrati di superficie complessiva, a cui si aggiungeranno nuove vasche e un lago naturale. Il tutto immerso in un parco di 27 mila metri quadrati protetto dalle Belle arti. L'obiettivo è quello di riposizionare il resort nel segmento wellness premium.

18 maggio 2026

AD ABANO L'EX ORVIETO DIVENTA TERMETERMA LONGEVITY SPRING RESORT

La struttura è stata recentemente rilevata da un gruppo di tre imprenditori italiani, guidati da Andrey Dimitrov

Cambio di proprietà, gestione e pure denominazione per l'ormai ex hotel Orvieto situato nella frazione di Monteortone di Abano Terme. La struttura è stata infatti recentemente rilevata per una cifra non nota da un gruppo di tre imprenditori italiani, capitanato da **Andrey Dimitrov**, ex general manager di V Hotels. L'albergo, si legge sul Mattino di Padova, è già tornato all'operatività dopo alcuni interventi di manutenzione ordinaria. Ora però si chiama Termeterma Longevity Spring Resort ed è riservato esclusivamente agli over 16. L'offerta è inoltre diventata pet-friendly. Ristrutturato pure il campo da mini-golf, mentre ulteriori lavori di rinnovamento seguiranno a breve. Immersa in un grande parco naturale, la proprietà è un 4 stelle che offre 87 camere, ristorante, lounge bar, due piscine coperte e una outdoor, spa, palestra e sale riunioni.

hotel development

19 maggio 2026

FIRENZE: PALAZZO RUSPOLI RIAPRIRÀ IL 1° DI AGOSTO CON 12 CAMERE E TRE APPARTAMENTI

Il rilancio della proprietà situata in pieno centro città è a cura della società d'investimento Site Holding

Riapre i propri battenti a Firenze il prossimo 1° di agosto Palazzo Ruspoli: una dimora residenziale privata situata all'interno di un palazzo storico dell'Ottocento affacciato direttamente su piazza Duomo. La struttura offre oggi 12 tra camere e suite, a cui si aggiungono tre appartamenti di diverse tipologie, a loro volta combinabili in base alle esigenze degli ospiti e realizzate su progetto dall'architetto **Luigi Fragola**. Presente pure una terrazza panoramica da cui poter ammirare la cupola del **Brunelleschi**. Il rilancio della proprietà è a cura della società d'investimento Site Holding.



Palazzo Ruspoli

19 maggio 2026

DAL RIPOSIZIONAMENTO DEL NAUTILUS NASCE A FORTE DEI MARMI VILLA COSTANZA

L'albergo è stato rilevato nel 2023 per circa 5 milioni di euro dell'imprenditore Gianluca Conti

Ha aperto in questi giorni a Forte dei Marmi il nuovo 4 stelle Villa Costanza, ricavato dal restyling e riposizionamento dell'ex

3 stelle hotel Nautilus. Situata accanto alla storica villa Agnelli, acquistata da **Edoardo Agnelli** nel 1926 e considerata uno dei simboli della cittadina versiliese, la proprietà è stata rilevata nel 2023 per circa 5 milioni di euro dall'imprenditore **Gianluca Conti**, che poi ha rinominato l'albergo in omaggio a sua figlia.

I lavori di ristrutturazione sono durati circa due anni a cura del designer **Michele Vitaloni** e dell'architetto **Marco Bernacca**, che si sono ispirati alla Versilia degli anni '60 e '70, reinterpretata attraverso un linguaggio razionalista contemporaneo. L'operazione ha portato tra le altre cose alla riduzione del numero delle camere, passate dalle 22 originarie alle attuali 16. La proprietà è anche dotata di due ristoranti e altrettanti lounge bar. Conti, titolare della società milanese Forte Real Estate, ha rilevato pure il vicino bagno Felice 2, che opererà in sinergia con l'albergo, la cui stagionalità sarà di otto mesi all'anno.

20 maggio 2026

AL VIA I LAVORI PER IL RILANCIO DEL GRAND HOTEL TERME ROSEO DI BAGNO DI ROMAGNA

La struttura, chiusa dal 2020, è stata acquisita nel 2023 a un'asta giudiziaria dalla Para.Mount Immobiliare

Sono iniziati i lavori al Grand Hotel Terme Roseo di Bagno di Romagna. Il cantiere per il recupero e la ristrutturazione del complesso «non si configura come una semplice operazione edilizia, bensì come un ambizioso progetto di rigenerazione urbana», ha dichiarato alla stampa locale l'azienda proprietaria: la Para.Mount Immobiliare di **Moreno** e **Federico Para** ha acquisito l'asset a un'asta giudiziaria nel 2023 (al quarto bando). Il Grand Hotel Terme Roseo aveva interrotto l'attività durante la pandemia di Covid nel 2020, e non aveva poi potuto riaprire l'attività per problemi legati a collaudi dell'impianto elettrico. La struttura, che ha 80 camere per 130 posti letto, occupava nell'alta stagione una trentina di persone. Il progetto di recupero mira ora a trasformare l'ex Terme Roseo in una struttura ricettiva di alto profilo nel rispetto delle linee storiche e al contempo con l'introduzione di tecnologie d'avanguardia per il benessere e l'ospitalità. Il project management della commessa è stato affidato alla società Hospitality Project di Rimini, mentre la realizzazione dell'opera è curata dall'impresa edile Panichi Srl di Ascoli Piceno.

ONYX

by MATRIX



AN EXPERIENCE FOR THE SENSES

Nothing elevates exercise like Onyx. From the eye to the fingertips to the feel beneath your feet, every interaction is exceptional, immersive and unlike anything else. For those who demand the best, Onyx is waiting. As a proud partner of the International Luxury Hotel Association – Matrix brings the ultimate in design and innovation to the world of luxury fitness.

Discover an experience for the senses at onyx.matrixfitness.com

ONYX COLLECTION



travel & tourism

21 aprile 2026

ASSEMBLEA FEDERALBERGHI: IL TURISMO AL CENTRO DELLE ATTENZIONI DELLE ISTITUZIONI

Meloni: stiamo pensando di estendere la Zona economica speciale unica del Sud anche al resto d'Italia

Per una volta il turismo e l'ospitalità italiana sono stati davvero al centro delle attenzioni delle istituzioni. Complice pure il fatto che quest'anno la settantaseiesima assemblea nazionale di Federalberghi si è svolta nella capitale, rendendo più agevole la presenza di alcuni dei principali esponenti della politica nazionale. A partire dal presidente del Consiglio, **Giorgia Meloni**, che dal palco del salone delle Fontane all'Eur ha rivendicato alcune delle più recenti iniziative del governo a sostegno del settore, tra le quali particolarmente apprezzati sono stati senz'altro gli incentivi per le staff house e il ddl sulle false recensioni.

Peccato che la traduzione pratica di quest'ultimo decreto stia al momento incontrando qualche difficoltà: più o meno negli stessi giorni dell'assemblea Federalberghi, l'Antitrust ha infatti avviato il confronto per raccogliere suggerimenti e proposte sulle linee guida da adottare in merito, tenuto conto che, a causa dei limiti posti dalla normativa Ue, l'Autorità non è nelle condizioni di obbligare le piattaforme a richiedere la prova dell'effettiva fruizione del servizio da parte dell'autore della recensione.

Il timore per le imprese è perciò che la misura possa comportare l'introduzione di nuovi costi. In un discorso inevitabilmente caratterizzato da una buona dose di retorica e di contenuti auto-promozionali (ma sono le regole del gioco, ndr), la premier non ha tuttavia mancato di lanciare una suggestione interessante per investitori e operatori dell'hôtellerie: la possibilità di estendere su tutto il territorio nazionale alcuni dei meccanismi della Zona economica speciale unica del Sud, soprattutto in termini di semplificazione delle procedure di autorizzazione.

Stando a Giorgia Meloni la misura avrebbe infatti consentito in questi anni, alle sole imprese turistiche del Meridione d'Italia, di accedere a oltre 110 autorizzazioni, per investimenti pari a circa 1,2 mld di euro, capaci di generare 3.300 nuovi posti di lavoro. La presenza della premier all'assemblea Federalberghi può quindi essere ben ascritta ai successi di **Bernabò Bocca**, che quest'anno è stato rieletto all'unanimità presidente dell'associazione

per la sesta volta consecutiva: «Noi non crediamo che il turismo sia l'unica vocazione del nostro Paese. Sappiamo di avere eccellenti compagni di cordata: la manifattura, l'enogastronomia, la cultura, i servizi, un'infrastruttura di trasporto sempre più moderna ed efficiente. Ma siamo convinti che il turismo e l'ospitalità siano la grande eccellenza italiana», ha rivendicato dal palco capitolino Bocca, che come sempre ha poi proceduto a fare il punto della situazione, concentrandosi sui temi maggiormente a cuore delle imprese del settore.

Bocca: per un'impresa media utilizzare contratti non regolari può generare 40 mila euro di costi annui aggiuntivi

«Il turismo è una risorsa straordinaria – ha infatti proseguito il presidente Federalberghi –, ma va preservato: preservato dagli abusivi, ai quali, come se non bastasse, si sono aggiunti i pirati. I primi sono coloro che esercitano l'attività ricettiva senza averne i presupposti; i secondi sono coloro che utilizzano contratti di lavoro non regolari, spesso sottoscritti da organizzazioni fantasma, senza nessuna rappresentatività. Non solo producono incertezza e sfruttamento, ma possono causare ingenti perdite economiche a coloro i quali si trovano a cedere alle loro lusinghe. Una recente ricerca che abbiamo realizzato con l'associazione Adapt ha infatti evidenziato come il rischio connesso a questa possibilità sia di 40 mila euro annui di maggiori costi per l'impresa media».

Ma è probabilmente il contesto geopolitico l'argomento più pressante del momento: «Oggi il turismo italiano continua a dimostrare una notevole capacità di tenuta e di crescita. I dati Istat indicano che nel 2025 le presenze sono cresciute del 2,3%, con arrivi in lieve calo (-0,9%), ma soggiorni più lunghi e domanda internazionale solida. Proprio mentre il nostro settore conferma la sua forza, non possiamo però ignorare un fattore esterno che pesa sugli scenari futuri, il rischio geopolitico: i conflitti in corso, dall'Ucraina al Medio Oriente, fino alle tensioni legate all'Iran, producono effetti sia sugli equilibri internazionali, sia sui flussi turistici diretti verso il nostro Paese, soprattutto su quelli provenienti dai mercati d'oltreoceano, che più di altri risentono della percezione di instabilità, dell'incertezza nei collegamenti e del clima generale di tensione». Non solo: «le incognite relative al costo dell'energia rappresentano una forte ipoteca sui risultati di quest'anno e sulle prospettive per gli anni avvenire. Oc-

travel & tourism

corre perciò al più presto intervenire per sterilizzare gli effetti di questo shock esogeno, che potrebbero essere gravi e di lunga durata».

D'altronde, aveva rivelato qualche giorno prima il direttore generale di Federalberghi, **Alessandro Nucara**, in audizione alla commissione Finanze del Senato, «secondo una recente indagine realizzata da Cer per Confcommercio, la bolletta energetica del mese di marzo 2026 per le imprese del terziario potrebbe subire un aumento del 43,5% per il gas e del 13,9% per l'energia elettrica (rispetto al primo bimestre). Per un albergo, significa un maggior costo mensile di oltre 2.100 euro».



Bernabò Bocca

Nucara: la bolletta del gas dello scorso marzo potrebbe costare alle imprese del terziario il 43,5% in più

Tra gli altri temi ripresi da Bocca nel suo discorso, non poteva poi mancare un accenno a un tradizionale cavallo di battaglia dell'associazione: «Stesso mercato, stesse regole». Il fatto che sia stato ancora una volta ripreso uno slogan tanto caro agli albergatori è però segno che c'è ancora molto strada da compiere prima di riuscire a trovare il giusto bilanciamento sulle norme dell'extralberghiero, tra esigenze di flessibilità ed equilibrio competitivo. Focus inoltre anche sul capitale umano, per cui il presidente di Federalberghi ha in particolare rivendicato i risultati ottenuti tramite «l'istituzione del tavolo nazionale dell'istruzione turistica e la creazione dei primi tavoli territoriali, ai quali partecipiamo insieme a Unioncamere e alla rete degli istituti alberghieri e degli Its Turismo».

Infine, immancabile, qualche parola sul fronte fiscale. Serve maggiore equità, ha concluso Bocca: «L'albergo non è un immobile come gli altri. È un bene strumentale all'impresa. Per questo chiediamo un trattamento coerente con la sua funzione produttiva: a partire da una fiscalità che non penalizzi la stagionalità e che tenga conto del costo reale degli investimenti, delle utenze, della riqualificazione e dell'energia. A questo proposito, il contesto economico generale ci impone serietà. Il Fondo monetario internazionale stima per l'Italia una crescita del Pil allo 0,7% nel 2026 e nel 2027. Numeri modesti per un quadro fragile. Non possiamo permetterci politiche episodiche. Servono incentivi stabili, semplici, pluriennali: i crediti d'imposta per riqualificazione, digitalizzazione ed efficienza energetica vanno resi più accessibili. Le procedure vanno semplificate. I criteri vanno resi chiari. Gli strumenti vanno pensati per chi investe davvero, non per chi naviga la burocrazia». Parole, quelle del presidente di Federalberghi, che non sono state ascoltate solo dalla premier, ma anche dei ministri per le Imprese e il made in Italy, **Adolfo Urso**, e dell'Agricoltura, **Francesco Lollobrigida**. Tra i presenti al salone delle Fontane c'era pure il neoresponsabile del dicastero del Turismo, **Gian Marco Mazzi**, fresco di nomina dopo le dimissioni di **Daniela Santanchè**.

È presto però per scrivere qualsiasi cosa sul nuovo arrivato al ministero: durante la cena di gala organizzata la sera precedente all'assemblea presso la Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea, Mazzi si è peraltro sostanzialmente limitato a rivendicare il recente traguardo relativo all'inserimento della cucina italiana nel novero dei beni Unesco.

market analysis

29 aprile 2026

FENOMENO BRANDED RESIDENCES: IN EUROPA SI CERCANO SEMPRE PIÙ LE METE LEISURE

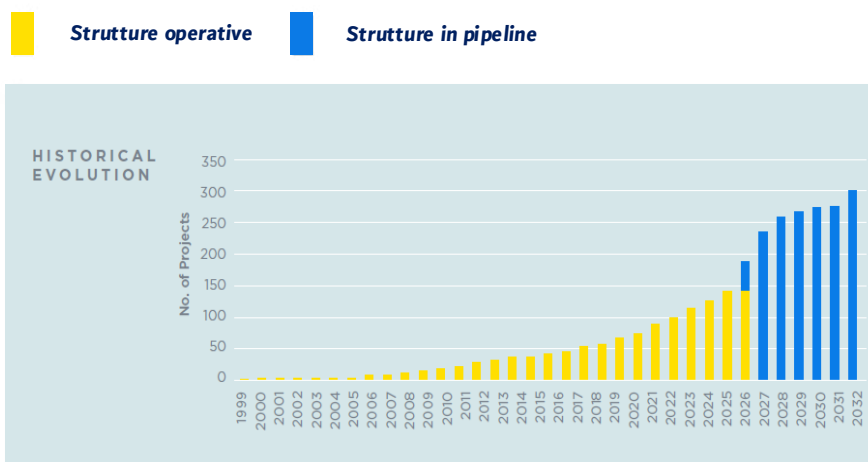
Savills: il numero di proprietà è destinato a raddoppiare in sette anni, passando da 141 a oltre 300

Il fenomeno branded residences è una delle dinamiche dell'ospitalità di maggiore interesse degli ultimi tempi. Ne abbiamo già parlato lo scorso ottobre, pubblicando una sintesi di una ricerca globale sul lusso a cura di Knight Frank. Questa volta ci focalizziamo maggiormente sull'Europa, grazie a un altro studio ad hoc realizzato da Savills. Il Vecchio continente è oggi la terza area al mondo per diffusione di branded residences, con le sue oltre 140 strutture già completate che la

pongono dietro solo a territori molto più vasti come il Nord America e l'Asia-Pacifico. Entro il 2032, l'Europa è però destinata a diventare il fanalino di coda di questa classifica, con appena il 16% delle branded residences globali, contro il 24% di Africa e Medio Oriente, il 23% del Nord America, il 21% di Asia-Pacifico e il 16% del Centro e Sud America. Ciononostante, la dinamica di mercato "residenze di catena" nel nostro continente è tutt'altro che stagnante, con il numero delle proprietà attive destinate a più che raddoppiare: dalle 141 del 2025 a oltre 300 entro sette anni. Scorporando poi i dati per location, si sa che storicamente a livello globale la diffusione delle branded residences è da sempre equamente distribuita tra destinazioni urban e resort. Anche in Europa il rapporto attuale è rispettivamente del 49% e del 51%. La pipeline futura alle nostre latitudini mostra tuttavia una decisa svolta in direzione delle mete leisure, tanto che queste ultime includono il 65% dei progetti in programma per il 2032, con gli investitori interessati sia alle coste del Mediterraneo, sia alle aree di montagna.

Marriott domina nel continente con 37 strutture, ma è Accor a guidare la pipeline con oltre 21 progetti

Il trend è supportato sia dalla progressiva destagionalizzazione della domanda leisure, sia dalla complessità insita negli sviluppi branded residences nelle principali capitali del continente: mercati in cui è spesso difficile trovare location adeguate, dove le normative sono sempre complicate, esistono molti vincoli sul patrimonio immobiliare e i costi sono particolarmente elevati. Per quanto riguarda i modelli di sviluppo, le operazioni mixed-use sono oggi quelle più diffuse, con un rapporto di 70/30 tra progetti misti e a vocazione residence esclusiva. Ma se a livello globale la pipeline futura si sta progressivamente spostando verso i progetti singoli, non si può dire altrettanto in Europa. Considerando nello specifico solo i brand alberghieri, la tendenza verso le iniziative mixed-use è comprensibilmente ancora più marcata e riguarda a fine 2025 l'86% dei progetti completati. Una quota destinata a rimanere sostanzialmente costante anche nei prossimi anni, registrando un lievissimo calo di appena 2 punti percentuali. Spostando ora l'attenzione sui marchi e i gruppi alberghieri più attivi nel segmento, Marriott domina il panorama delle branded residences europee con 37 strutture attive, ma è Accor a guidare la pipeline con oltre 21 progetti in fase di sviluppo.

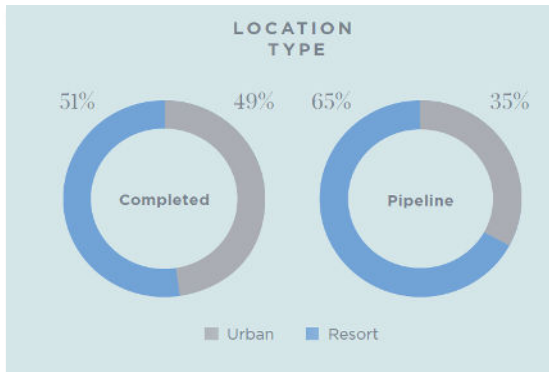


L'evoluzione storica delle branded residences in Europa

market analysis

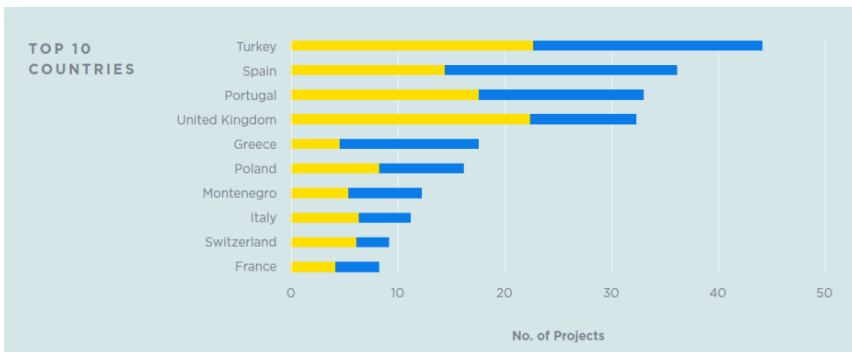
La pipeline di strutture lusso è particolarmente consistente in Turchia (12), Spagna (11), Uk e Grecia (otto)

A livello di singoli brand è invece Mandarin Oriental a spiccare nel Vecchio continente, con 18 proprietà totali destinate a essere operative entro il 2032, per una crescita del 260% rispetto alle cinque attuali. Importanti anche i piani di espansione Radisson Blu, che tra sei anni potrà contare su ben 12 strutture. Sul gradino più basso del podio si trovano quindi Four Seasons e Six Senses, grazie a un portfolio diversificato composto da proprietà situate in aree alpine, rurali, balneari e urbane.

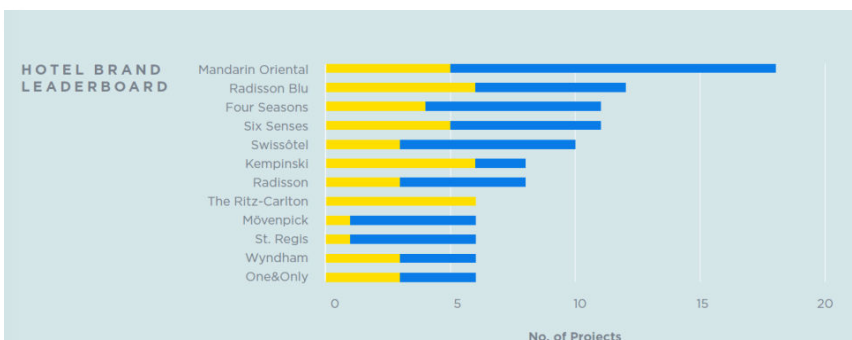


Stupisce invece l'assenza di strutture The Ritz-Carlton in pipeline: già presente in maniera consistente in Europa, il marchio di casa Marriot è per di più l'insegna branded residences più diffusa a livello mondiale ma non ha al momento nuovi progetti in cantiere alle nostre latitudini.

In tema di segmenti di mercato, le proprietà lusso dominano da sempre il comparto. Nell'ultimo paio di anni si sta però assistendo a livello globale a una progressiva riduzione del loro market share, a seguito della crescente presenza di marchi soprattutto upper upscale e upscale.



La distribuzione dei progetti già attivi e in pipeline per location e la top 10 dei paesi europei con più strutture



I marchi dell'ospitalità più diffusi in Europa nel segmento branded residences

Ancora un volta l'Europa registra una dinamica differente, con i brand del segmento più alto di mercato che sono destinati ad aumentare ulteriormente da qui a sei anni la propria incidenza nel mercato locale passando dal 55% al 59% del totale. La loro pipeline è particolarmente consistente in Turchia (12), Spagna (11), Regno Unito e Grecia (otto ciascuno). Al contrario i progetti upper upscale vedranno scendere la propria quota dal 25% al 20%, mentre quelli upscale cresceranno dall'11% al 14%.

In generale, la pipeline europea mostra comunque una tendenza all'espansione in tutti i segmenti, con la notevole eccezione di quello economy, per cui si stenta ancora a trovare un modello di business sostenibile.

market analysis

7 maggio 2026

ITALIA DESTINAZIONE RESILIENTE: IL FOCUS XENIA SULLE DINAMICHE GEOPOLITICHE

Nel primo trimestre l'andamento è stato positivo ma a Pasqua sono arrivati segnali di discontinuità

C'è Lufthansa che ha deciso la cancellazione di 20 mila voli a corto raggio sino a fine ottobre. E più recentemente Turkish Airlines che ha sospeso i collegamenti verso 23 località durante i mesi di maggio e giugno, presumibilmente quelli con i margini di profitto più ristretti. Gli effetti della chiusura dello stretto di Hormuz, e del conseguente picco dei prezzi del petrolio, si fanno sentire. Almeno a livello globale.

Ma quali le conseguenze per l'industria dell'ospitalità del nostro Paese? Sulle prospettive di medio periodo dell'attuale complicato scenario geopolitico si è già scritto e detto molto. Nel pieno dei bombardamenti Usa contro l'Iran, lo scorso marzo un'analisi Tourism Economics, pur non sottovalutando affatto le conseguenze del blocco di un'area dove sono presenti alcuni dei più importanti hub internazionali del trasporto aereo, tendeva a ridimensionare i rischi per l'hôtellerie europea. Oggi la situazione è leggermente diversa. A preoccupare sono soprattutto i problemi legati all'approvvigionamento del greggio, ma le previsioni contenute in un recente focus Xenia sul tema tendono sostanzialmente ad allinearsi a quelle di Tourism Economics: nel primo trimestre del 2026, recita il documento, il turismo italiano ha mostrato un andamento complessivamente positivo sul piano dei flussi.

Secondo i dati ufficiali del ministero del Turismo, basati sulla fonte amministrativa Alloggiati Web, gli arrivi sono cresciuti del 5,5% e le presenze del 6,8% rispetto allo stesso periodo del 2025, con un'accelerazione nel mese di marzo, che ha registrato un incremento delle presenze pari al +7,9%. Le festività pasquali del 2026 hanno tuttavia offerto un primo segnale di discontinuità, in un contesto geopolitico più complesso.

Le stime di Assoturismo Confesercenti indicano 14,1 milioni di presenze complessive, in lieve calo rispetto al 2025

(-1,3%), con una quota di turisti stranieri pari al 58,9% del totale (circa 8,3 milioni di pernottamenti; -1,4%) e una flessione più contenuta sul fronte del mercato domestico (5,8 milioni; -1,2%). La contrazione è risultata più marcata nel Centro e nel Sud/ isole, mentre hanno mostrato maggiore resilienza le destinazioni montane.

Sul lato dei canali distributivi (e quindi maggiormente orientati all'outgoing, ndr), l'Osservatorio Aidit Federturismo Confindustria, basato su un campione di 235 agenzie di viaggio, segnala che il 75% degli operatori ha riscontrato un impatto significativo delle tensioni geopolitiche sull'attività, con effetti concentrati nella riduzione delle nuove prenotazioni (90,1%), nell'aumento dei costi operativi (49,8%) e nella crescita di cancellazioni e richieste di rimborso (42,5%).

Il quadro è estremamente volatile ma il nostro Paese potrebbe beneficiare di fenomeni quali l'undertourism

In prospettiva, il 72,2% degli operatori si attende una contrazione della domanda estiva, pur in presenza di una tenuta relativa dei mercati domestici e di prossimità. L'indagine evidenzia inoltre un accorciamento strutturale della booking window, con clienti più attendisti e orientati alla flessibilità.

Dal lato dei costi di trasporto, le rilevazioni di Assoutenti mostrano che, in occasione della Pasqua 2026, i prezzi medi dei biglietti aerei nazionali sono aumentati di circa il 13,6% su base annua, con picchi fino al +60% su alcune rotte Nord-Sud. Tali dinamiche sono riconducibili, secondo l'associazione, principalmente all'aumento del costo del carburante e alle tensioni internazionali che stanno incidendo sull'offerta di capacità.

In questo contesto si inserisce anche l'allerta lanciata da Aci Europe, che in una comunicazione indirizzata alla Commissione europea ha evidenziato il rischio di una carenza sistemica di jet fuel, qualora il transito attraverso lo stretto di Hormuz non dovesse tornare stabile nel breve termine, con possibili impatti sulla programmazione dei voli nella stagione estiva e sulla connettività complessiva del continente.

Accanto a tali elementi di incertezza, diversi indicatori strutturali suggeriscono tuttavia opportunità di tenuta e riequilibrio dei flussi. In particolare, le stime di Demoskopika indicano che nel 2026 i piccoli comuni italiani a vocazione turistica potrebbero registrare oltre 21,3 milioni di arrivi (+5,3%) e 79,9 milioni di presenze (+6,9%), intercettando circa il 14% dei flussi turistici e

market analysis

il 15,3% dei pernottamenti complessivi a livello nazionale. Tali territori risultano infatti sempre più centrali nelle preferenze dei viaggiatori orientati a esperienze di prossimità, autenticità e sostenibilità.

A fronte di ciò, prosegue l'analisi Xenia, diversi commentatori sottolineano come le tensioni geopolitiche e il rincaro dei costi energetici potrebbero tradursi in un raffreddamento della domanda internazionale, in particolare sul lungo raggio. Un trend bilanciato solo in parte dalla tenuta del turismo domestico e intra-europeo.

Numerosi analisti prevedono però al contempo che l'accentuarsi di dinamiche quali la riduzione della booking window, la ricerca di condizioni flessibili, lo spostamento verso mete raggiungibili via terra e la crescita dell'undertourism, possano rappresentare fattori di resilienza del sistema turistico italiano, pur in un quadro caratterizzato da elevata volatilità e dipendenza da variabili esogene non controllabili.

Numeri in crescita per la compagnia che include il brand Phi Hotels da 18 alberghi e oltre 1.100 camere

Lo scenario per l'estate 2026, conclude l'analisi Xenia, resta dunque a forte componente esogena: l'evoluzione del conflitto in Medio Oriente, la stabilizzazione delle forniture di cherosene e il riallineamento delle rotte aeree saranno determinanti per i mesi di luglio-agosto. In uno scenario di de-escalation della tensione internazionale, l'eventuale contrazione del settore potrebbe risultare contenuta.

Nel caso in cui, al contrario, persistesse lo stato di incertezza e di conflitto nell'area Mediorientale, le conseguenze finali sono ancora da misurare, anche se l'Italia potrebbe recuperare con il mercato interno e di prossimità. In ogni caso resta da verificare l'impatto sui costi operativi, derivanti in particolare dai prezzi dell'energia. È tuttavia possibile che, anche nel caso di scenari complessi, l'Italia possa confermarsi destinazione attraente, beneficiando della redistribuzione dei flussi internazionali proprio verso i piccoli comuni a vocazione turistica.

In concomitanza con la pubblicazione dell'analisi sugli effetti dell'attuale contesto geopolitico sul mondo del travel, Xenia ha inoltre rinnovato il proprio consiglio di amministrazione confermando **Ercolino Ranieri** alla guida della società con l'incarico di amministratore delegato.

Sono stati inoltre resi noti i Kpi dei primi tre mesi dell'anno, che hanno visto i ricavi totali in salita di oltre il 22% rispetto al 2025 (da 14,6 a 17,89 milioni di euro). La crescita della linea di business Phi Hotels (fatturato da 3,43 a 5,02 milioni di euro) è stata in particolare supportata dall'aumento sostenuto del numero di strutture e di camere in portfolio (rispettivamente passato da 11 a 18 hotel, nonché da 609 a 1.111 camere), oltre che da un incremento organico delle performance degli alberghi già presenti. «Nel 2026 la dinamica stagionale sarà molto più evidente – prosegue il documento – considerando la presenza nel portafoglio Phi Hotels di alcune strutture di nuova acquisizione che vedono ancora particolarmente concentrata la propria produzione tra aprile e ottobre e del tour operator ex Italice interessato dalla stessa dinamica».

Proprio a questo proposito, conclude la nota, «il perimetro di confronto primo trimestre 2026 vs primo trimestre 2025 non include peraltro ancora i ricavi delle attività acquisite con l'operazione Italice Turismo, il cui pieno consolidamento è tuttora in corso».

20 aprile 2026

FOCUS MONTAGNA: CRESCONO I FLUSSI TURISTICI IN PROVINCIA DI SONDRIO

Tra il 2014 e il 2024 l'area Valtellina-Valchiavenna ha registrato un cagr annuo delle presenze pari al 4,5%

Non sono passati molti anni da quando una serie non trascurabile di analisti si domandava quale sarebbe stato il futuro delle destinazioni montagna, in un contesto in cui lo sci alpino pareva stare perdendo parte del proprio appeal, soprattutto tra le fasce più giovani della popolazione globale. Eppure, nel giro di poco tempo le mete in altura hanno saputo riconquistare il cuore dei viaggiatori e, di conseguenza, l'interesse degli investitori.

Complici sicuramente il cambiamento climatico, che ha rivitalizzato la domanda per i luoghi più freschi in cui trascorrere parte dell'estate, ma anche la capacità di molte location neve di reinventarsi, allargando l'offerta con

market analysis

nuove attività e proposte oltre la classica settimana bianca. Ma qual è lo scenario attuale del mercato montagna in Italia? Noi di Trends abbiamo provato a dare una risposta a questa domanda con uno studio approfondito delle dinamiche più recenti registrate in un'area da sempre a spiccata vocazione turistica quale la Valtellina-Valchiavenna, nonché con un focus specifico sul segmento lusso ad alta quota a livello nazionale. Iniziamo quindi oggi sul Bulletin un viaggio in più puntate sulla montagna, partendo da un'attenta analisi dell'evoluzione della domanda in provincia di Sondrio e in particolare nella località di Livigno. Stando ai più recenti dati Istat disponibili, tra 2014 e 2024 l'area ha registrato un trend di sostanziale seppur altalenante crescita delle presenze totali, anche al netto del biennio pandemico. L'espansione è stata però soprattutto trainata dalla spinta dell'extraalberghiero.

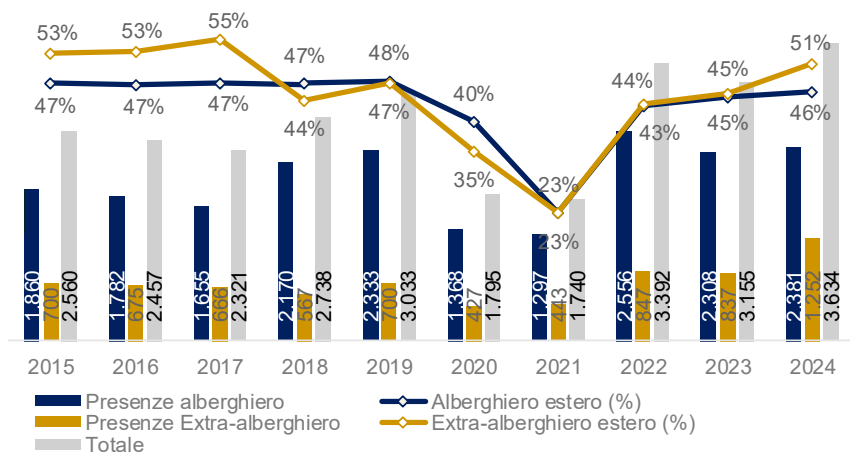
Nei dieci anni presi in esame, i pernottamenti in queste ultime strutture sono infatti passati dal rappresentare il 27% del totale fino al 34%, con un boom di appartamenti gestiti in forma imprenditoriale coincidente con l'entrata in vigore del Cin (Codice identificativo nazionale). In tale contesto, tuttavia, il segmento alberghiero rimane pur sempre quello predominante, con oltre 2,3 milioni di presenze sia nel 2023, sia nel 2024, su più di 3 milioni di pernottamenti complessivi nell'area.

Tra 2014 e 2024 il tasso medio di crescita annuo delle presenze (cagr) è stato allora del 4,5% (3,1% per quanto riguarda gli hotel e 7,5% per le strutture dell'extra-alberghiero). Prendendo esclusivamente in considerazione il comparto dell'ospitalità in senso stretto, il picco si è però registrato nel 2022, con un volume di 2,6 milioni di presenze, a fronte degli 1,7-1,8 milioni di pernottamenti del triennio compreso tra il 2015 e il 2017.

La domanda estera proviene soprattutto da Repubblica Ceca (14%), Polonia (12%) e Germania (11,8%)

Spostando ora il focus sul comune di Livigno, che da solo detiene il 33% dei posti letto dell'intera provincia di Sondrio, si denota una dinamica turistica non dissimile da quella provinciale, ma con una caratterizzazione maggiormente internazionale.

Il dato del 2024 mostra un record di presenze totali, pari a circa 1,7 mln: la crescita è ancora una volta trainata dall'extra-alberghiero, passato dalle 379 mila del 2023 alle 641 mila del 2024, con una quota di stranieri che tocca il 62%, dato strutturalmente più alto della media valtellinese.



La dinamica delle presenze in provincia di Sondrio (valori in migliaia).
Fonte: Istat

Nell'alberghiero torna invece a essere il 2022 l'anno di picco, con 1,2 mln pernottamenti in hotel, mentre nel biennio 2023-2024 le presenze si sono aggirate attorno al milione. Il cagr nel decennio è stato perciò del 3,9% per il segmento alberghiero e del 6,5% per l'extraalberghiero. Analizzando infine la provenienza della domanda internazionale nella provincia di Sondrio, nel biennio '23-'24 si delinea una gerarchia dei mercati esteri particolarmente definita, con la Repubblica Ceca che conquista il primato assoluto grazie a una quota pari al 14% del totale presenze estere. Seguono la Polonia (12%) e la Germania (11,8%), che confermano il ruolo trainante dell'Europa Centro-Orientale. Il blocco dei paesi di prossimità resta solido grazie anche alla Svizzera, la quale vale il 10%, mentre mercati storici come il Belgio, il Regno Unito e i Paesi Bassi mantengono quote rilevanti ma più contenute. Da notare infine l'apporto crescente degli Stati Uniti, che con oltre 38 mila presenze annue iniziano a rappresentare una fetta non trascurabile del volume d'affari provinciale.

market analysis



27 aprile 2026

FOCUS MONTAGNA: L'EVOLUZIONE DELL'OFFERTA NELL'AREA VALCHIAVENNA/VALTELLINA

La dinamica della proposta ricettiva in provincia di Sondrio ha seguito un trend in linea con quello nazionale

Dopo aver parlato la scorsa settimana delle dinamiche della domanda in Valtellina/Valchiavenna, la nostra analisi sul mercato montagna della Penisola prosegue ora con un approfondimento dedicato all'evoluzione più recente dell'offerta nella provincia di Sondrio. Come è noto, nell'ultimo decennio il comparto alberghiero italiano ha vissuto una profonda metamorfosi qualitativa: gli hotel a 5 stelle sono quasi raddoppiati (+80%), seguiti da una crescita solida dei 4 stelle.

Hotel	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	CAGR
5 stelle	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	9,1%
4 stelle	40	40	40	41	45	47	52	52	56	62	4,3%
3 stelle	193	194	195	195	200	202	206	204	202	199	0,6%
2 stelle	81	81	82	81	84	81	82	83	79	83	-0,3%
1 stella	36	36	36	37	37	37	37	37	35	33	-0,4%
RTA	32	33	33	33	34	33	34	35	36	34	1,5%
Totale	383	385	387	389	402	402	413	413	410	413	0,9%

Evoluzione dell'offerta per numero di strutture nella provincia di Sondrio
Fonte: Istat

Di contro, la fascia economica ha subito una contrazione strutturale, con la perdita di circa 2 mila unità tra gli hotel a 1 e 2 stelle. In tale contesto i 3 stelle resistono come asse portante del mercato, affiancati dal dinamismo delle Rta. Anche la proposta alberghiera attiva nell'area della Valtellina/Valchiavenna ha quindi seguito un trend mediamente in linea con l'andamento nazionale, seppur con una maggiore resilienza delle strutture appartenenti ai segmenti di mercato di fascia più bassa.

Nel territorio si è in particolare registrato un balzo notevole delle strutture a 4 stelle, che dal 2015 al 2024 sono passate da 40 a 62 unità, seguendo una linea di sviluppo costante e un tasso di crescita annuo composto del 4,3%. Al contrario, le proprietà delle categorie midscale ed economiche hanno mostrato una parabola sostanzialmente flat: gli hotel a 1 stella sono infatti calati di tre unità, a quota 33 alberghi, mentre i 2 stelle, dopo anni di incertezza, hanno chiuso il periodo con 83 strutture rispetto alle 81 di un decennio prima. Come nel resto d'Italia le proprietà a 3 stelle rimangono quindi predominanti con 199 strutture, ma evidenziano una lieve erosione dell'offerta nel periodo 2021-2024, successivo al picco di 206 alberghi toccato proprio cinque anni fa.

market analysis

A lungo Livigno è rimasta priva di hotel a 5 stelle: ora c'è lo Spol e a breve è previsto un altro sviluppo

Al contrario di quanto sta avvenendo nel cluster generale della montagna italiana (di cui parleremo nelle prossime settimane, ndr), decisamente più ridotta ma stabile appare invece la presenza di strutture a 5 stelle nella provincia di Sondrio, composta fino al 2024 da appena due strutture: il Bagni Nuovi Grand Hotel, brandizzato Qc Spa of Wonders da 74 chiavi, e il Sunny Valley Kelo Mountain Lodge da 11 camere. Nel 2025 si è poi aggiunto a Livigno l'hotel Spol (si veda anche più avanti, ndr).

Hotel	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	CAGR
5 stelle	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4 stelle	16	16	16	17	20	22	25	25	28	33	7,2%
3 stelle	67	68	70	70	70	71	74	74	73	71	1,1%
2 stelle	17	17	18	18	18	17	16	17	15	14	-1,6%
1 stella	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	0,0%
RTA	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	0,0%
Totale	104	105	108	109	112	114	119	120	120	123	1,8%

Evoluzione dell'offerta per numero di strutture a Livigno
Fonte: Istat

Focalizzando la nostra attenzione infine sul solo comune di Livigno, i trend evidenziati confermano in pieno gli andamenti registrati a livello provinciale. In un contesto nel quale il numero totale di strutture è cresciuto in modo costante (+1,8% all'anno), gli hotel a 4 stelle sono infatti più che raddoppiati, passando da 16 a 33, per un Cagr del 7,2%.

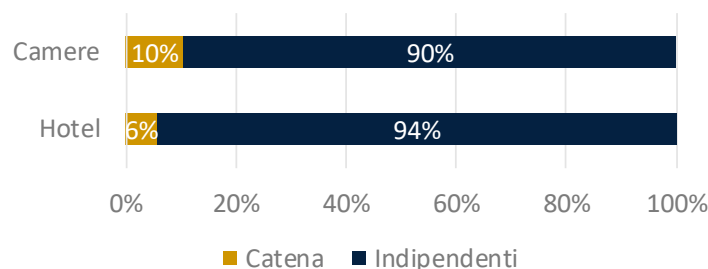
La proposta a 3 stelle ha quindi messo a segno uno sviluppo più contenuto (Cagr a 1,1%) ma rappresenta ancora la maggioranza assoluta delle strutture con circa il 58% del totale nel 2024. In lieve calo infine l'offerta a 1 e 2 stelle, passata dalle 20 unità complessive del 2015 alle 17 del 2024.

Fino a due anni fa in città era invece del tutto assente una proposta a 5 stelle. La situazione è tuttavia recentemente cambiata con il riposizionamento dell'hotel Spol da 29 camere più ristorante, centro benessere, spazi riunione e piscina a sfioro. A breve è inoltre previsto un altro upgrade, questa volta relativo all'ex hotel Parè, che diventerà una struttura a 5 stelle dotata di 64 chiavi, ristorante da 120 coperti, due bar, spa di circa 1.000-1.500 mq e garage interrato.

4 maggio 2026

FOCUS MONTAGNA: L'OFFERTA DI CATENA SI CONCENTRA IN POCHE DESTINAZIONI

Gli hotel in alta quota dotati di marchio rappresentano il 7% delle strutture brandizzate complessive



Offerta alberghiera di catena indipendente nella provincia di Sondrio.
Fonte: Istat e Chain Hotels Database di Thrends

Sono circa 200 le strutture di montagna brandizzate da gruppi domestici o internazionali, oppure ancora gestiti da compagnie imprenditoriali di catena. L'esiguità della cifra è sufficiente a far comprendere come la presenza di hotel in alta quota provvisti di un marchio sia decisamente più contenuta rispetto a quanto si registra nel resto d'Italia. L'offerta, inoltre, risulta abbastanza concentrata in alcune specifiche aree geografiche. Dopo aver analizzato nelle scorse settimane le dinamiche

market analysis

della domanda e dell'offerta nelle destinazioni montane tricolori passiamo ora ad approfondire il tema della diffusione dei brand nelle mete di alta quota italiane. Nel dettaglio, il cluster della proposta di catena in montagna vale oggi il 7% delle strutture brandizzate complessive e il 5% delle camere, per un totale attorno alle 14 mila chiavi. I marchi coinvolti sono però oltre 70, a dimostrazione di un interesse comunque generalizzato. Tra le catene presenti è possibile individuare sia gestori specializzati nella sola montagna, sia brand ben più ramificati anche in altri tipi di destinazioni. Nel novero dei gruppi più diffusi in alta quota, sono solo tre gli operatori che possono vantare un'offerta in doppia cifra: TH Resorts (12), Saint Jane Hotels & Suites (11) e Blu Hotels (10). Sale invece a 27 il numero delle compagnie dotate di portfoli di tre o più indirizzi. Di queste, meno della metà si presentano come operatori specializzati principalmente nelle mete di montagna.

Tra le catene dotate di un'offerta composta da almeno l'80% di hotel o camere posizionate in location montane si contano per esempio il gruppo Abc, principalmente diffuso a Sauze d'Oulx, Sestriere e Cervinia, tra Piemonte e Val d'Aosta. Ma anche Star che vanta ben cinque strutture a Cortina d'Ampezzo e altre due nella non lontana val di Fassa, così come la Union Hotels Canazei, dotata di un portfolio rilevante in Trentino, composto da sette proprietà tra Canazei e Campitello di Fassa.

Th Resorts, Saint Jane e Blu Hotels sono gli unici gruppi con almeno dieci alberghi nel segmento

Sempre in Trentino-Alto Adige sono invece sei le strutture della Residence Hotels, mentre nel solo Sud Tirolo è attiva sia la Dolce Vita Hotels, sia la Winklerhotels, entrambe con una serie di indirizzi luxury e upscale. Ancora in Val d'Aosta è quindi concentrata l'offerta dei cinque alberghi Alpissima Mountain Hotels.

Focalizzandoci infine nuovamente sulla provincia di Sondrio, è possibile individuare 23 strutture di catena nell'area, equivalenti al 6% delle proprietà alberghiere: una quota in linea con la media nazionale del 7%-8%. nettamente inferiore è invece la chain penetration rate delle camere brandizzate, che vale il 10% dell'offerta complessiva della provincia contro il 21% del dato italiano.

I gruppi presenti nel territorio Valtellina/Valchiavenna sono sette, di provenienza domestica e internazionale. La compagnia che conta il maggior numero di strutture è la Saint Jane Hotels & Suites con dieci strutture, tra cui il Grand Hotel della Posta di Sondrio recentemente affiliato Worldhotels Distinctive. Nel segmento in più rapida crescita, quello a 4 stelle, la penetrazione di catena raggiunge il 37% del totale camere. Nella sola Livigno sono invece sei gli alberghi brandizzati, di cui quattro gestiti da LungoLivigno e due da Life Hotels & Resorts.

Con riferimento all'operatività, a quanto noto, tutte le tipologie di business model più frequenti sono adoperate, con la gestione diretta e il lease che vanno per la maggiore, sebbene non manchino diversi casi di management contract e franchising.

Nome gruppo	Hotel montagna	Camere montagna	Totale hotel	Totale camere	% hotel montagna	% camere montagna
Th Resorts	12	1.928	33	6.219	36%	31%
Saint Jane	11	552	18	1.366	61%	40%
Blu Hotels	10	843	30	3.108	33%	27%
Gruppo Abc	9	545	10	611	90%	89%
13 Maggio	9	502	13	908	69%	55%
Marriott	8	387	115	16.117	7%	2%
Gruppo Stay	8	298	10	473	80%	63%
Union Hotels Can.	7	384	7	384	100%	100%
Residence Hotels	6	353	6	353	100%	100%
Fmtg	5	418	13	1.869	38%	22%

Le top 10 delle catene alberghiere più diffuse nelle mete di montagna

Fonte: Chain Hotels Database di Thrends

market analysis

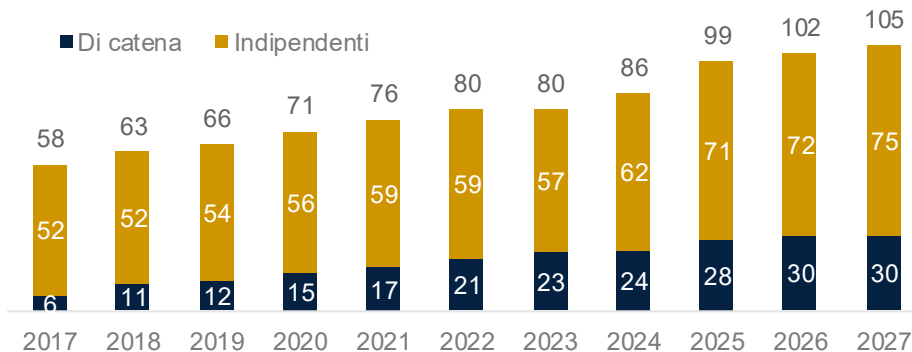
11 maggio 2026

FOCUS MONTAGNA: IN DIECI ANNI RADDOPPIATO IL PORTFOLIO DEGLI HOTEL A 5 STELLE

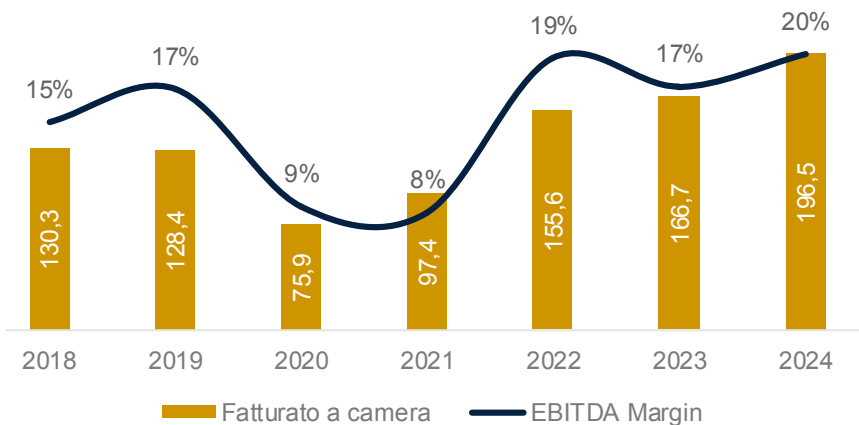
E cresce pure l'interesse dei brand per il lusso: il chain penetration rate è pari al 30% del totale

Come è ben noto, l'Italia negli ultimi anni ha assistito a un forte aumento dell'offerta a 5 stelle, con ulteriori aspettative di crescita derivanti dai numerosi progetti in pipeline. Stando al nostro Luxury Hospitality Report, erano in particolare 745 le strutture lusso operative a fine 2025 nel nostro Paese, per un totale di oltre 48 mila camere. Particolarmente coinvolte dall'ampliamento dell'offerta luxury risultano soprattutto le città d'arte, le cosiddette big 4 Roma, Milano, Venezia e Firenze su tutte, e altre aree rinomate, tra cui le costiere Amalfitana e Sorrentina, la Smeralda, i laghi di Garda e di Como, il Salento, la valle d'Itria, il Chianti, le Dolomiti... Ma non mancano neppure esempi di sviluppi a 5 stelle in altre località secondarie in tutta la penisola. In tale contesto, nonostante le destinazioni montane si concentrino soprattutto in alcune regioni, specialmente quelle del Nord in prossimità delle Alpi, anche l'offerta dei 5 stelle di alta quota si è progressivamente ampliata, tanto che oggi rappresenta il 14% delle strutture lusso complessive e il 12% del portfolio camere totali.

Dopo aver analizzato negli scorsi numeri del Bulletin le dinamiche del mercato montano, concludiamo il nostro focus sull'ospitalità ad alta quota con un ultimo approfondimento dedicato all'ospitalità di livello più elevato. Nell'ultimo decennio (2017-2026), in particolare, l'evoluzione dell'offerta a 5 stelle in montagna ha visto il numero delle strutture quasi raddoppiare, passando dai 58 hotel di nove anni fa ai 102 di fine 2026, per un tasso medio di crescita annua composto pari al 6,5%. E per il 2027 sono note al momento ulteriori tre strutture indipendenti in pipeline. Allo stesso tempo è in crescita pure l'interesse delle catene alberghiere verso gli asset di fascia alta delle località montane italiane. Nel segmento a 5 stelle il chain penetration rate è infatti oggi pari al 30% delle strutture complessive.



L'evoluzione dell'offerta a 5 stelle nelle località montane italiane
Fonte: Trends



L'evoluzione delle performance 2018-2024 dei 5 stelle montani in Italia
Fonte: Trends

market analysis

Il segmento luxury in alta quota gode di buona salute: tra 2018 e 2024 cagr del fatturato camera a +7,1%



Il Quellenhof Luxury Resort Passeier



Il futuro Mandarin Oriental Cristallo di Cortina d'Ampezzo in apertura il prossimo mese di novembre

Ciò detto, l'offerta a 5 stelle ad alta quota risulta generalmente concentrata in poche aree del Nord-Italia, tra cui in particolare quelle del Sellaronda (val Gardena più Alta Badia) e della val Pusteria, nonché di Merano e valle, Cortina D'Ampezzo e delle zone del monte Bianco (Courmayeur) e del Cervino in Val d'Aosta. È al contrario esigua o assente del tutto la proposta lusso in altre aree montuose d'Italia: sugli Appennini, per esempio, si conta una sola struttura a 5 stelle classificabile come montana.

Le catene principali del segmento per numero di hotel e camere sono la Adler Spa Resorts con soli due indirizzi ma oltre 360 camere in provincia di Bolzano, la Quellenhof Luxury Resorts con tre hotel localizzati tutti a San Martino di Passiria (239 chiavi) e Egnaia Ospitalità, sempre con tre proprietà di cui due a Cortina D'Ampezzo. Tra gli altri gruppi si segnalano inoltre i Dolce Vita Hotels e la R Collection con due strutture ciascuno.

Passando ora all'analisi delle performance dei 5 stelle di montagna (condotta su un campione di 50 strutture, pari a circa il 50% dell'offerta totale) è possibile notare come il segmento goda di buona salute.

Uno stato che si riflette nell'andamento crescente del giro d'affari. Il segmento lusso in alta quota registra infatti oggi un fatturato a camera di oltre 196 mila euro, a fronte dei 128-130 mila euro del biennio 2018-2019.

Il cagr delle performance nel periodo 2018-2024 è stato dunque del 7,1%, con un picco del +18% nel 2024 rispetto al 2023. Anche la marginalità è aumentata, assestandosi nell'ultimo triennio in un range compreso tra il 17% e il 20% del giro d'affari complessivo, rispetto al 15%-17% dell'ultimo biennio pre-Covid 2018-2019.

market analysis

20 maggio 2026

DEMOSKOPIKA: I FLUSSI DOMESTICI SOSTENGONO LE DINAMICHE DEL TRAVEL IN ITALIA

Arrivi e presenze 2026 dovrebbero crescere rispettivamente del 2,1% e dello 0,4% rispetto all'anno scorso



Il turismo italiano tiene, supportato dalla domanda domestica. È quanto rivelano le ultime stime Demoskopika sui flussi 2026 nel nostro Paese. In un clima ancora pesantemente segnato dall'incertezza legata alle tensioni geopolitiche, le previsioni dell'istituto di ricerca gettano una luce positiva sulle dinamiche del comparto travel nella nostra Penisola. Nel dettaglio, le stime Demoskopika parlano di uno scenario potenziale compreso tra un minimo di 135,7 milioni e un massimo di 146,6 milioni di arrivi, mentre le presenze potrebbero oscillare tra i 461,7 milioni e i 495,5 milioni di pernottamenti.

Previsione degli arrivi e delle presenze 2026 Valori assoluti e percentuali, variazione % rispetto all'anno precedente

	Previsione	Var %	Scenario minimo	Var %	Scenario massimo	Var %
Flussi internazionali						
Arrivi (in mln)	76,42	+1,9%	73,36	-2,1%	79,48	+6%
Presenze (in mln)	265,12	+0,1%	254,04	-4%	276,2	+4,3%
Flussi domestici						
Arrivi (in mln)	64,79	+2,2%	62,4	-1,6%	67,17	+5,9%
Presenze (in mln)	213,48	+0,6%	207,67	-2,1%	219,29	+3,4%
Flussi complessivi						
Arrivi (in mln)	141,21	+2,1%	135,77	-1,9%	146,65	+6%
Presenze (in mln)	478,6	+0,4%	461,7	-3,2%	495,5	+3,9%

Fonte: elaborazioni e previsioni Demoskopika su dati Istat

Considerando i valori medi compresi in tale scostamento, 141,2 mln e 478,6 mln rispettivamente, la crescita rispetto al 2025 sarebbe del 2,1% per gli arrivi e dello 0,4% per quanto riguarda le presenze: percentuali che, tradotte in valori numerici, significherebbero 2,8 mln di turisti in più e oltre 1,7 mln di pernottamenti aggiuntivi nel sistema ricettivo alberghiero ed extra-alberghiero del Belpaese. A caratterizzare maggiormente le stime previsionali sarebbe soprattutto la ripresa della componente domestica, in controtendenza rispetto alle tendenze registrate negli ultimi anni. In particolare, a scegliere una località tricolore per le proprie vacanze sarebbero quasi 64,8 milioni di italiani (+2,2%), in grado di generare oltre 213,4 milioni di pernottamenti (+0,6%).

market analysis

In aumento anche le spesa turistica ma parte degli incrementi sarà eroso dalle tendenze inflattive in corso

Sul versante dell'incoming, che rappresenta comunque una quota superiore al 55% del totale delle presenze complessive previste, sarebbero oltre 76,4 milioni i turisti stranieri attesi nelle destinazioni italiane nel corso del 2026, con un incremento dell'1,9% rispetto all'anno precedente, per oltre 265 milioni di pernottamenti (+0,1%). Dal punto di vista economico, i flussi turistici in Italia potrebbero generare nel 2026 una spesa turistica complessiva pari a 132,7 miliardi di euro, per una crescita stimata del 4% rispetto all'anno precedente. Una dinamica che risulterebbe però influenzata anche dall'andamento dell'inflazione.

Secondo le stime preliminari dell'Istat, infatti, nel mese di aprile 2026 l'indice generale Nic registrerebbe un incremento del 2,8% su base annua, sostenuto

principalmente dalla netta accelerazione dei prezzi dei beni energetici non regolamentati, passati dal -2% al +9,9%. In particolare, a incidere maggiormente sarebbero gli aumenti del gasolio per riscaldamento (+38,2%) e del gasolio per mezzi di trasporto (+27,8%). In questa direzione, l'inflazione acquisita per il 2026, ossia la variazione media annua che si registrerebbe mantenendo invariato il livello dei prezzi degli ultimi dati disponibili per il resto dell'anno, si attesterebbe al 2,4%, mentre quella relativa ai prodotti energetici non regolamentati raggiungerebbe il 7,9%, con possibili ripercussioni sui costi della mobilità turistica e sull'intera filiera dei consumi legati alle vacanze.

Il nuovo indice dello Stagiometro conferma il progressivo allungamento della stagione turistica tricolore

Analizzando infine la distribuzione temporale dei flussi, le stime per il 2026 confermerebbero il progressivo allungamento della stagione turistica italiana. Si tratta di un fenomeno già evidente da qualche anno, ma che questa volta Demoskopika ha provato a misurare introducendo il nuovo indice composito "StagioMetro", ideato per quantificare appunto il grado di stagionalità del sistema turistico. Il valore del 2026 si attesterebbe in particolare a quota 106, evidenziando un livello significativamente più elevato rispetto al benchmark di riferimento del 2010 (100).

L'andamento si tradurrebbe perciò in una minore concentrazione dei flussi nei soli mesi estivi e in una distribuzione più equilibrata delle presenze lungo l'intero arco dell'anno. Nello specifico, la quota di presenze concentrate nel periodo giugno-settembre scenderebbe al 56,9%, mentre il peso delle cosiddette code stagionali, riferite ai mesi di marzo-maggio e ottobre-novembre, raggiungerebbe il 29,4%. Contestualmente, il rapporto tra il mese di massimo afflusso e quello meno intenso si fermerebbe a 4,95: su valori inferiori rispetto ai livelli storicamente registrati dal comparto turistico italiano.

Andamento della spesa turistica
Valori assoluti in euro. Serie storica annuale 2017-2026

	Spesa turistica (in mld)	Var %
2017	81,954	
2018	85,248	+4%
2019	89,599	+5,1%
2020	38,472	-57,1%
2021	68,284	+77,5%
2022	107,523	+57,5%
2023	122,528	+14%
2024	126,292	+3,1%
2025	127,578	+1%
2026	132,737	+4%

Fonte: elaborazioni e previsioni Demoskopika su dati Istat

TRASPORTI

22 aprile 2026

GRUPPO FS: ACCORDO DA 260 MLN CON HITACHI RAIL PER NOVE TRENI ALTA VELOCITÀ

L'investimento si inserisce nel percorso di rinnovo della flotta Frecciarossa previsto dal piano strategico

Prosegue il piano di rinnovo della flotta Alta Velocità di Trenitalia (Gruppo Fs Italiane), grazie alla firma di un ulteriore contratto con Hitachi Rail per la realizzazione e la fornitura di nove Frecciarossa di nuova generazione. L'accordo, del valore di circa 260 milioni di euro, si aggiunge a quello siglato nel 2023, che prevedeva la fornitura di 36 treni, a cui si sono sommati dieci ulteriori convogli già acquisiti tramite opzione. L'investimento si inserisce nel percorso di rinnovo della flotta Frecciarossa previsto dal piano strategico del Gruppo Fs. Dal 2029, con l'aggiunta di ulteriori due consegne, saranno 57 i nuovi treni in circolazione, con un piano che porterà a 74 convogli complessivi entro il 2031.

Il 2027 sarà l'anno con il maggior numero di forniture, pari a 16 treni, e includerà il primo convoglio del nuovo lotto, previsto per luglio. I Frecciarossa di ultima generazione sono realizzati da Hitachi Rail negli stabilimenti italiani di Napoli e Pistoia. Pensati per circolare, oltre che in Italia, su sette reti ferroviarie europee, possono raggiungere una velocità massima di 300 chilometri orari, con omologazione fino a 360, e sono dotati di sistemi di trazione evoluti che ne migliorano l'efficienza.

RUMORS

24 aprile 2026

CX LIVING VA SUL MERCATO: MANDATO A LAZARD E OBIETTIVO DI PREZZO SOPRA I 200 MLN

La notizia segue il lancio della piattaforma integrata student housing, ospitalità ibrida e senior living

Non sono passate che poche settimane dall'annuncio della nascita della nuova piattaforma integrata Cx Living, che la pro-

prietà della compagnia specializzata in student housing, ospitalità ibrida e senior living avrebbe deciso di sondare il mercato alla ricerca di eventuali opportunità di valorizzazione della società.

Lo rivelano alcuni rumors raccolti recentemente da Green Street News, secondo i quali il gruppo avrebbe già assegnato un mandato esplorativo a Lazard con un target di prezzo superiore ai 200 milioni di euro. Oggi Cx Living vanta un portfolio di 13 strutture tutte attive nel segmento delle residenze universitarie con una componente short stay, per un totale di 14 mila letti e un valore del patrimonio immobiliare gestito di circa 1 miliardo di euro.

Gli obiettivi sono ambiziosi: passare dai 45,9 milioni di fatturato del 2025 (12 mln nel 2018) ai quasi 117 mln del 2029, con un corrispondente incremento da 9,3 a 18 mln dell'Ebitda (1,4 mln nel 2018). Il tutto grazie anche a una crescita del portfolio, che punta a raggiungere i 15 mila posti letto entro il 2028, estendendo appunto l'offerta pure ai segmenti dell'ospitalità ibrida e del senior living, in linea con il processo di consolidamento del modello piattaforma integrata.

CAMBI DI DIREZIONE

27 aprile 2026

MASSIMILIANO AMERI, ANTONIO PELLEGRINO E PAOLO MANZONI NUOVI CLUSTER GM DI LVG

I tre andranno a presidiare aree di sviluppo strategico come Verona, Mantova, Novara e il lago Maggiore

Tre nuovi cluster manager per Lvg Group, chiamati a guidare alcuni dei territori più strategici per lo sviluppo della compagnia. **Massimiliano Ameri** assumerà in particolare la guida delle aree di Verona e Mantova. Con oltre vent'anni di esperienza nel settore alberghiero maturata in ruoli operativi e manageriali, Ameri ha sviluppato solide competenze nella gestione delle strutture, nel coordinamento dei team e nella creazione di esperienze di ospitalità di alto livello. La sua nomina accompagnerà lo sviluppo delle attività del gruppo in Veneto, dove Lvg ha recentemente consolidato la propria presenza con strutture come il Gardenia di Verona. **Antonio Pellegrino** avrà

invece la responsabilità della città di Novara, dove la compagnia è già attiva con tre proprietà e progetti legati allo sviluppo dell'ospitalità urbana.

Con oltre trent'anni di esperienza nell'hôtellerie internazionale, Pellegrino ha diretto alberghi a 4 e 5 stelle, resort di lusso, boutique hotel e progetti di albergo diffuso. Per il lago Maggiore, Lvg ha infine scelto **Paolo Manzoni**. Con una lunga esperienza internazionale, Manzoni ha lavorato in diversi paesi tra Europa, America Latina e Caraibi, maturando una solida esperienza nella gestione di strutture turistiche internazionali e nell'ottimizzazione delle performance operative.

PERFORMANCE

30 aprile 2026

RISULTATI SOPRA IL TARGET PER STAY. PRESTO ALTRI SVILUPPI IN NORD E CENTRO ITALIA

Nel 2025 il fatturato ha superato quota 14 mln, l'Ebitda è stato di 2,7 mln e gli utili sono giunti a 1,66 mln

Migliorano a ritmi superiori alle previsioni di bilancio le performance del gruppo Stay. La compagnia controllata al 100% dalla svizzera United Touristic Group Holding ha infatti chiuso il 2025 con un fatturato totale di oltre 14 milioni di euro. Un dato corrispondente a una crescita del 40% sull'anno precedente, per un risultato sopra all'obiettivo di budget che puntava a superare la soglia dei 13 milioni. Molto bene pure l'Ebitda che raggiunge quota 2,7 milioni (+30%), ancora una volta oltrepassando il target di inizio esercizio fissato vicino ai 2,5 milioni.

Nello stesso periodo gli utili sono poi passati dagli 1,38 milioni del 2024 agli 1,66 milioni dell'anno scorso. Sul fronte dello sviluppo, negli ultimi 12 mesi la compagnia ampezzana, oltre ad aver affiliato il Nevada di San Vito di Cadore al brand Best Western, si è aggiudicato definitivamente all'asta l'hotel Auronzo situato nell'omonima località veneta, accostandolo poi al marchio Affiliated by Meliá. Ha aggiunto inoltre al proprio portfolio il 4 stelle Golden Park Resort da 42 chiavi, bar, spa, piscina e sala meeting in val di Fassa e il 3 stelle Astoria da 57 camere situato in zona stazione di Porta Nuova a Torino.

Più recentemente, lo scorso marzo, la compagnia ha quindi annunciato la finalizzazione, in collaborazione con Cbre, di un'ulteriore partnership per l'affiliazione a Meliá dello storico hotel Trento, 3 stelle di Pozza di Fassa da 61 chiavi, bar, ristorante,

sala meeting e spa, anch'esso entrato in portfolio in concomitanza con il Golden Park. L'accordo prevede pure un imponente piano di riqualificazione e riposizionamento a 4 stelle della struttura entro l'avvio della stagione invernale 2026/27, per un investimento programmato di più di 1,5 milioni di euro.

«Oltre alle già citate operazioni, nel 2025 abbiamo ampliato la nostra sede centrale e inserito nuove figure senior – racconta il fondatore e titolare del gruppo, **Andrea Franceschi** -. Chiaramente il driver olimpico e paralimpico si è rivelato importantissimo da questo punto di vista, tanto che oggi, anche grazie a quanto raccolto nei mesi scorsi, ci prepariamo ad avviare una nuova fase di sviluppo. Quest'ultima si concentrerà prevalentemente nei prossimi 18 mesi su azioni mirate tra il Centro e il Nord Italia e su altre preziose sinergie strategiche con partner internazionali».

Al momento, stando al nostro **Chain Hotels Database**, la compagnia opera dieci strutture a 3 e 4 stelle, distribuite tra Veneto (sei), Lombardia (una, a Milano), Piemonte (una, a Torino) e Trentino-Alto Adige (due), per un totale di oltre 470 camere.

TRASPORTI

4 maggio 2026

NEL NUOVO ORARIO INVERNALE DI DELTA CRESCONO I COLLEGAMENTI DAGLI USA VERSO IL NOSTRO PAESE

La novità è tanto più significativa in quanto la compagnia sta contemporaneamente tagliando altre rotte

Aumenta il numero di voli diretti tra Italia e Stati Uniti di Delta Air Lines, che rafforza il proprio operativo per il periodo a cavallo tra la fine del 2025 e il prossimo anno. A partire dal prossimo orario invernale, la compagnia Usa collegherà quindi per tutto l'anno Catania al New York Jfk, con una sola breve interruzione tra l'Epifania e fine febbraio, per riprendere già nel marzo successivo.

La tratta, lanciata per la prima volta a maggio 2025 come rotta esclusivamente estiva, è a oggi l'unico volo diretto che collega la Sicilia Orientale agli Usa. Delta estenderà pure la stagionalità dei collegamenti da Roma Fco verso

gli Stati Uniti: la tratta per Boston sarà operata anche nei mesi di gennaio e febbraio 2027, mentre il collegamento estivo per Minneapolis verrà esteso ai mesi di novembre e dicembre 2026, con frequenza trisettimanale. Il volo estivo per Detroit verrà prolungato a novembre 2026 e marzo 2027, con cadenza giornaliera. Infine, quello giornaliero per Atlanta, operativo tutto l'anno, raggiungerà nei mesi invernali di punta fino a 14 frequenze settimanali.

Delta accrescerà pure le frequenze del volo annuale da Milano Mxp ad Atlanta a novembre 2026. Il potenziamento delle rotte italiane è tanto più significativo in quanto la compagnia, alle prese con il rincaro dei carburanti, sta contemporaneamente tagliando alcuni voli sia interni, sia internazionali con destinazione Europa, tra cui i collegamenti tra New York Jfk e Bruxelles, Ginevra e Londra Gatwick.

TRASPORTI

5 maggio 2026

AIR CHINA: DAL PROSSIMO LUGLIO AL VIA IL NUOVO COLLEGAMENTO VENEZIA - PECHINO

È il secondo volo diretto tra la Cina e il Marco Polo, dopo quello da e per Shanghai attivo da oltre un anno

Partirà a breve il secondo collegamento diretto verso la Cina dall'aeroporto Marco Polo del capoluogo veneto.

Il Venezia – Pechino sarà operato da Air China e debutterà a luglio. La novità è stata annunciata in occasione della tavola rotonda Imprenditoriale di alto livello Italia-Cina svoltasi recentemente e Pechino.

«Per lo scalo di Venezia si tratta di un secondo collegamento diretto, che segue quello su Shanghai attivato un anno e mezzo fa con risultati da subito di successo e flussi in costante crescita, che hanno determinato un progressivo aumento delle frequenze settimanali, raggiungendo un coefficiente di riempimento medio dell'85% - sottolinea **Enrico Marchi**, presidente di Save, la società che gestisce il Marco Polo -. A testimonianza dell'attenzione del gruppo per le relazioni con la Cina, ricordo anche l'attivazione la scorsa settimana all'aeroporto di Montichiari, anch'esso parte del polo del Nord Est da noi gestito, di un volo cargo sulla rotta Xi'an – Brescia».

RUMORS

5 maggio 2026

NON SOLO DUO MILAN: OAKTREE INTENDE CEDERE CINQUE HOTEL ITALIANI PER 350 MILIONI

Sul mercato ci sarebbero anche gli asset toscani Anglo American, Fonteverde, Grotta Giusti e Bagni di Pisa

Si allarga il piano di dismissioni alberghiere italiane di Oaktree Capital Management, dopo che già lo scorso luglio alcune voci raccolte da Pere Deals avevano rivelato l'intenzione della società d'investimento Usa di vendere il Duo Milan Porta Nuova, a Tribute Portfolio, per una cifra compresa tra i 100 e i 120 milioni di euro. Nuove indiscrezioni rivelate questa volta da Green Street News non solo confermano infatti i piani Oaktree ma ne estendono il perimetro a ben cinque strutture del portfolio italiano della compagnia con sede a Los Angeles. Oltre alla proprietà meneghina, sul mercato ci sarebbero quindi anche l'Anglo American Hotel Florence, Curio Collection by Hilton da 118 chiavi, nonché le tre strutture termali toscane Fonteverde da 80 camere, Grotta Giusti e Bagni di Pisa (entrambe da 60 chiavi). Le proprietà sono operate da Italian Hospitality Collection e da Westmont Hospitality Group.

La richiesta per l'intero portfolio sarebbe di circa 350 milioni di euro. Nel 2019 Oaktree aveva peraltro chiuso un'operazione del valore di 250 mln per l'acquisizione di 15 hotel da Castello Sgr, per un totale di circa 1.600 camere. Il portfolio includeva tra gli altri proprio il Fonteverde e il Grotta Giusti. Nel 2021 è stata invece la volta dell'Anglo American, al tempo un hotel Nh, che la società americana si era procurata tramite il fondo Star Il gestito dalla stessa Castello sgr per una somma non rivelata. La struttura era stata successivamente rinnovata e riposizionata a 5 stelle, grazie anche a un finanziamento erogato da UniCredit. Il rebranding è avvenuto tramite un accordo di franchising siglato con il gruppo Hilton. Alla fine dello stesso anno Oaktree aveva inoltre acquisito il Duo Milan Porta Nuova da 239 chiavi, grazie a un'operazione da 58,5 milioni di euro condotta per mezzo del fondo Star gestito ancora una volta da Castello sgr. A vendere erano stati Aina e Boscal Hospitality. All'epoca la proprietà era conosciuta come Four Points Milan Center by Sheraton.

In seguito a un'operazione di rebranding e riposizionamento da circa 10 milioni di euro di CapEx, l'hotel è quindi entrato nel portfolio Tribute. Oaktree, che detiene il 20% di Castello sgr

(con il restante 80% ceduto ad Anima sgr per 60 mln a luglio 2023), ha ottenuto a fine dello scorso anno un prestito senior di 170 milioni di euro per rifinanziare il proprio portfolio alberghiero italiano. Questi comprendeva allora dieci hotel in tutta la Penisola, per un valore di circa 400 milioni di euro. Il finanziamento è stato erogato congiuntamente da UniCredit e Intesa Sanpaolo, strutturato come prestito senior 50/50 a sette anni.



Grotta Giusti

CAMBI DI DIREZIONE

6 maggio 2026

ALBERTO PEROGLIO LONGHIN LASCIA LA CARICA DI AMMINISTRATORE DELEGATO TH GROUP

La notizia arriva a sorpresa. Il manager, si legge in una nota, intende seguire altri «progetti professionali»

Arriva abbastanza a sorpresa la notizia delle dimissioni con efficacia immediata di **Alberto Peroglio Longhin** dalla carica di amministratore delegato e direttore generale di HotelTurist - Th Group. Il manager lascia la compagnia padovana, si legge in una nota ufficiale, per seguire «nuovi progetti professionali». La scadenza del suo incarico sarebbe stata a settembre 2027. «La società - prosegue la nota - ringrazia Alberto Peroglio Longhin per l'importante contributo offerto in questa fase di sviluppo e di riorganizzazione». Con esperienze in ruoli apicali in gruppi quali Alpitour, Bluvacanze, Destination Italia e Barcelò, Peroglio Longhin era giunto ai vertici di Th Group a fine 2024 per sostituire **Giuliano Gaiba**, già direttore generale operativo del gruppo Alpitour, che a sua volta aveva preso il posto nel 2021 di **Gaetano Casertano**, principale artefice dell'entrata di Cdp Equity nel capitale di Th Group (e anche a suo tempo di Rocco Forte, ndr).

PERFORMANCE

7 maggio 2026

TERME DI SIRMIONE: NEL 2025 UTILI IN CRESCITA DI OLTRE IL 34% A QUOTA 4,3 MLN DI EURO

I quattro Wellness Hotels della compagnia hanno registrato un'occupazione media superiore al 90%

Si è chiuso con numeri in crescita il 2025 di Terme di Sirmione s.p.a. La controllata della Fgh Franco Gnutti Holding ha infatti visto il proprio volume d'affari aumentare del 6% in un anno arrivando a quota 51 milioni di euro. Allo stesso tempo gli utili sono saliti a 4,3 milioni dai 3,2 mln del 2024 al netto di ammortamenti, svalutazioni e accantonamenti per 2,9 milioni di euro e imposte per 1,9 milioni. L'Ebitda è stato infine di 10 milioni di euro, pari al 19,5% dei ricavi. Terme di Sirmione gestisce anche il complesso del Golf Bogliaco tramite la controllata srl omonima, che ha registrato ricavi per 2,2 milioni di euro (rispetto agli 1,9 mln dell'anno precedente). «Tutte le aree di attività della società - si legge in una nota ufficiale - registrano andamenti positivi: il benessere, declinato nel brand Spa & Thermal Garden, è in particolare cresciuto a doppia cifra percentuale superando le 200 mila presenze annue; l'ospitalità, che comprende quattro Wellness Hotels (il 5 stelle Grand Hotel Terme Sirmione, i 4 stelle Sirmione Terme e Acquaviva del Garda, nonché il 3 stelle Fonte Boiola) consolida poi un'occupazione media superiore al 90%; pure l'area salute Therapy District è in aumento, sostenuta tra le altre cose dall'attività del comitato scientifico e da collaborazioni con università e centri di ricerca. Nel segmento prodotti, infine, oltre alla consolidata Acqua di Sirmione, la linea cosmetica Cosmetics Institute è in crescita grazie alle attività di sviluppo e comunicazione del brand». Nel corso del 2025 il consiglio di amministrazione di Terme di Sirmione ha inoltre provveduto al richiamo, completamente sottoscritto e versato, della seconda tranche da 4 milioni di euro dell'aumento di capitale per complessivi 12 milioni deliberato dall'assemblea straordinaria del 16 giugno 2021. Performance e attività della compagnia si inseriscono nel contesto di un territorio, quello del lago di Garda, che continua a beneficiare di ottimi numeri, «con quasi 28 milioni di presenze, mentre cresce pure il comparto termale italiano preso nel suo complesso, giunto a generare un giro d'affari superiore agli 1,2 miliardi di euro».

Gnutti: «La principale criticità per la gestione riguarda le risorse umane: un fattore limitante di sviluppo»

L'assemblea del 5 maggio di Terme di Sirmione, che ha asseverato i dati di bilancio, ha pure proceduto al rinnovo del proprio consiglio di amministrazione e del collegio sindacale della compagnia, entrambi giunti alla scadenza del mandato triennale. I due organismi sono stati peraltro interamente riconfermati, anche nelle cariche interne, con **Giacomo Gnutti** presidente e amministratore delegato e i due vicepresidenti **Giovanbattista Cerioli** (vicario) e **Giorgio Santi**, mentre **Giorgio Berta** resta presidente del collegio sindacale. Del cda continuano a far parte, fra gli altri, anche **Marco Bonometti** e **Renzo Iorio**, che dallo scorso dicembre è presidente di Federterme.

«Terme di Sirmione continua a crescere, rafforzando il proprio posizionamento tra salute e benessere e affermando un modello in cui la componente scientifica e terapeutica rappresenta un elemento centrale di sviluppo – commenta l'a.d. e presidente Gnutti -. Resta strategico il progetto di ampliamento del parco termale, il cui sviluppo è tuttavia ancora rallentato da complessità autorizzative e logistiche, ma che rappresenta un passaggio fondamentale per il futuro dell'azienda e del territorio. La principale criticità per la gestione riguarda però le risorse umane (l'organico della compagnia è giunto a quota 465 dipendenti, ndr): la difficoltà nel reperire e trattenere personale qualificato è strutturale, crescente e indotta anche da una concorrenza sleale che utilizza forme di lavoro non regolare. Ciò rappresenta uno dei principali fattori limitanti per lo sviluppo dell'attività e a tal fine investiamo con decisione nella formazione, attraverso la nostra Academy, ma è un tema che richiede risposte di sistema per l'intero comparto».

PERFORMANCE

11 maggio 2026

ESTATE ROMAGNOLA COL SEGNO PIÙ: CRESCITA IN DOPPIA CIFRA DELL'ON THE BOOK

Club Family Hotel, Color Holiday e Glamping beneficiano del reindirizzamento dei flussi di prossimità

Arrivano i primi dati a suffragare la visione ottimista di chi vede nel complesso contesto geopolitico attuale delle nuove opportunità per l'ospitalità italiana. Almeno per quell'offerta meno

dipendente dai flussi a lungo raggio, che al contrario rischiano di essere maggiormente colpiti dalla crisi. Sulla riviera romagnola c'è infatti chi sta già beneficiando di un certo incremento della domanda domestica e di prossimità. Uno di questi è **Andrea Falzaresi**, titolare del gruppo Club Family Hotel, che ha rivelato recentemente al Resto del Carlino un incremento dell'on the book pari dati attorno al 20%.

Stando al nostro **Chain Hotels Database**, Club Family Hotel conta oggi una dozzina di strutture a 3 e 4 stelle situate a Riccione, Rimini, Cervia, Milano Marittima e Cesenatico, per un totale di più di 1.300 camere, dove si registra una media di oltre 350 mila presenze a stagione. Ma la compagnia di Falzaresi non è l'unica a beneficiare delle nuove dinamiche: il patron di Color Holiday, **Gianluca Scialfa**, ha spiegato al quotidiano che pure il suo gruppo sta attualmente registrando un aumento del 20% delle prenotazioni.

La compagnia opera dieci alberghi e villaggi sempre a 3 e 4 stelle localizzati a Cesenatico, Milano Marittima, Lido di Savio, Lido di Classe, Bellaria, Igea Marina e Riccione, per complessive 870 chiavi e una quota pernottamenti che nel 2025 è arrivata attorno alle 250 mila presenze. All'inizio di quest'anno il gruppo ha inoltre annunciato il suo primo sviluppo al di fuori dei confini romagnoli, grazie alla prossima apertura del salentino Color Dolmen Family Village: una struttura composta da 190 unità abitative immerse in 11 ettari di verde, con piscine, impianti sportivi, aree gioco, bar e un ampio ristorante con posti sia al coperto, sia all'aperto.

Stando a quanto dichiarato da entrambi, il rinnovato interesse per la riviera romagnola è un'opportunità importante anche per il futuro della destinazione. Saranno infatti molte le famiglie e le comitive a tornare, dopo magari anni in cui sono andate altrove: un'occasione da non perdere per provare nuovamente a fidelizzarle, concordano Falzaresi e Scialfa. Buono infine pure l'andamento delle prenotazioni della Glamping, a monte del Cesenatico Camping Village e del Pineta sul Mare, per cui l'on the book è superiore del 12% al pari data dell'anno scorso. Il titolare della società, **Terzo Marinetti**, rimane tuttavia un po' più cauto sul prossimo futuro. Perché, se è vero che la situazione internazionale può senz'altro favorire gli arrivi di prossimità, ha commentato sul Resto del Carlino, è altrettanto vero che le guerre frenano sempre la propensione alle vacanze delle famiglie, preoccupate dalle prospettive economiche.

PERFORMANCE

11 maggio 2026

753 HOSPITALITY APRE IL LAKE GARDA RESORT DA 122 CAMERE, RISTORANTE E PISCINA

La struttura rimarrà operativa per l'estate, per poi andare incontro a una ristrutturazione e a un rebranding

Ha aperto in questi giorni a Moniga del Garda il secondo indirizzo 753 Hospitality dopo il Tribute Villa Ermellina di Siena inaugurato in soft opening l'anno scorso. La novità era stata già anticipata sui social lo scorso gennaio e riguarda il Lake Garda Resort: proprietà che include 122 camere, un ristorante, un bar e una piscina.

L'hotel sarà gestito da 753 Hospitality durante l'intera stagione estiva, per poi andare incontro a una ristrutturazione importante con conseguente riposizionamento e rebranding in collaborazione con un gruppo internazionale.

CAMBI DI DIREZIONE

13 maggio 2026

RINNOVATO IL CDA DI BWH ITALIA: WALTER MARCHESELLI RICONFERMATO PRESIDENTE

Mantengono il loro incarico di vicepresidenti della società anche Giovanni Simonetto e Francesco Incerti

È stato rinnovato in questi giorni il consiglio di amministrazione di Bwh Hotels Italia Scpa – società benefit. L'operazione ha visto la riconferma di **Walter Marcheselli** nel ruolo di presidente, giunto al suo quarto mandato consecutivo, così come di **Giovanni Simonetto** e **Francesco Incerti**, in qualità di vicepresidenti. Fanno inoltre parte del nuovo cda per il triennio 2026-2028: **Andrea Boccardi**, **Fabio Borio**, **Ludovica Clarioni**, **Maria De Scritti**, **Camilla Doni**, **Gina Primavera** e **Fulvio Soave**.

«Sono onorato della fiducia rinnovatami dai soci – commenta lo stesso Marcheselli -. Il nuovo consiglio lavorerà in continuità per il successo dei progetti avviati e sarà capace, con rinnovato entusiasmo, di cogliere le opportunità di un mercato dinamico».

RUMORS

14 maggio 2026

FIRENZE: IN VENDITA PORTFOLIO CON IL DOUBLETREE METROPOLE E IL GARDEN INN NOVOLI

Le proprietà del valore di 53 mln sono parte del Galatea Italian Opportunistic Hotel fund gestito da Prelios.

Aumentano le opportunità d'investimento alberghiero in Italia. Dopo i rumors relativi all'operazione di dismissione di cinque proprietà Oaktree per 350 milioni di euro, arrivano ora ulteriori indiscrezioni che riguardano questa volta un portfolio di due hotel a insegna Hilton in vendita a Firenze, per un valore complessivo di circa 53 milioni.

Le proprietà messe sul mercato includono un totale di 333 camere distribuite su una superficie lorda attorno ai 38.900 metri quadrati, con un forte posizionamento upscale/mice. Il portfolio si chiama Project Arno e include il DoubleTree by Hilton Florence Metropole da 212 chiavi e 25.262 mq, recentemente oggetto di un programma CapEx finalizzato al riposizionamento dell'asset secondo gli standard del brand, con effetti attesi sui ricavi a partire dal 2026. L'altra struttura sul mercato è invece l'Hilton Garden Inn Florence Novoli da 121 camere per 13.633 mq di superficie. Entrambi gli hotel sono certificati Breeam In-Use a livello Good (DoubleTree: 45%; Hilton Garden Inn Novoli: 47,2%) e hanno già beneficiato di interventi di efficientamento energetico, inclusi upgrade degli impianti Mep e l'installazione di valvole a tre vie.

Il portfolio è detenuto dal Galatea Italian Opportunistic Hotel fund – comparto Gioh-A: fondo alternativo di investimento immobiliare chiuso e riservato gestito da Prelios sgr, costituito nel 2021 quale veicolo di investimento attraverso cui i due asset alberghieri sono stati strutturati e detenuti. Stando sempre ai rumors da noi raccolti, advisor esclusivo sell-side sarebbe Coldwell Banker Commercial Realty Advisory s.p.a.

La transazione offrirebbe inoltre percorsi di acquisizione flessibili, tra cui l'acquisto degli asset immobiliari sottostanti ovvero delle quote del fondo, strutturati in coerenza con le preferenze degli investitori e i requisiti norma-

tivi applicabili. Sul piano operativo, il portafoglio potrà essere rilevato con vacant possession, oppure con la presenza di un contratto di locazione a lungo termine o di un hotel management agreement, con la possibilità dunque per gli investitori di mantenere o ristrutturare gli accordi operativi in essere.



Hilton Garden Inn Florence Novoli

CAMBI DI DIREZIONE

14 maggio 2026

LUCA DE GIORGI NOMINATO REGIONAL DIRECTOR ITALY DEL GRUPPO LEONARDO HOTELS

Il manager vanta esperienze in gestione di portfolio alberghieri, asset management e formazione

Luca De Giorgi è il nuovo regional director Italy di Leonardo Hotels. Nel corso della sua carriera, De Giorgi ha maturato una significativa esperienza nella gestione di portfolio alberghieri multi-struttura, occupandosi di sviluppo, ottimizzazione delle performance e coordinamento dei team, collaborando tra gli altri con il gruppo Allegroitalia. Ha inoltre ricoperto ruoli manageriali in ambito investment e asset management, lavorando su progetti complessi legati alla valorizzazione e al rilancio di asset immobiliari, con un forte focus su analisi finanziaria, pianificazione strategica e sviluppo del business. A questo riguardo è stato anche head of operations & asset manager della svizzera Interamna Real Estate Sa. Parallelamente all'attività manageriale, ha svolto pure attività accademica e di formazione nel campo dell'hospitality. La nomina intende accompagnare la crescita del gruppo Leonardo in Italia.

PERFORMANCE

15 maggio 2026

GDF HOTEL: RICAVI 2025 A PIÙ 13,7% MA LONTANI DAGLI OBIETTIVI DICHIARATI A INIZIO ANNO

Il giro d'affari è stato sostenuto dall'incremento delle ADR salite del 3,31%, mentre il RevPar è rimasto flat

Si chiude con ricavi in crescita del 13,7% per un totale di quasi 43 milioni di euro il 2025 di Gdf Hotel. Il giro d'affari del gruppo è stato sostenuto soprattutto dell'incremento delle ADR salite del 3,31% rispetto al 2024, mentre il RevPar è rimasto sostanzialmente in linea con i livelli dell'anno precedente.

Si tratta di un risultato senz'altro positivo, che tuttavia rimane al di sotto degli obiettivi di crescita fissati ad aprile 2025, quando la compagnia prevedeva di superare quota 51 milioni di euro di fatturato, grazie a un incremento delle tariffe medie di oltre il 6,5% e a una conseguente crescita dei ricavi medi per camera disponibile di più del 10%. «Lo scorso è stato un esercizio significativo per il nostro percorso di crescita, caratterizzato da importanti sviluppi strategici e da un forte impegno nel consolidamento del posizionamento qualitativo delle nostre strutture – commenta in ogni caso il fondatore e presidente del gruppo, **Guido Della Frera** -. Abbiamo scelto di puntare con decisione sulla valorizzazione della tariffa media e sull'elevato standard dell'esperienza offerta agli ospiti: una strategia che riteniamo fondamentale per sostenere una crescita solida e duratura».

Guardando al futuro, Gdf Hotel prevede per il 2026 un'ulteriore accelerazione del proprio sviluppo, con ricavi attesi sopra la soglia dei 54 milioni di euro, in aumento del 20,68% rispetto all'anno scorso. Le previsioni indicano inoltre un miglioramento dei principali indicatori di performance: ADR atteso in crescita del 7,58%, mentre per il RevPar si stima un incremento del 13,13%. Stando al nostro **Chain Hotels Database**, Gdf Hotel opera, spesso in veste di white label company, un totale di undici hotel a 4 e 5 stelle situati prevalentemente in Lombardia, ma anche a Venezia e Torino, per un totale di oltre 1.500 camere. Proprio nel capoluogo piemontese la compagnia ha de-

buttato per la prima volta l'anno scorso nel segmento lusso con l'apertura in franchising dell'Hilton Turin City Centre, già Golden Palace. La proprietà dell'albergo è in capo a Ream sgr, che lo ha rilevato da Bpm a febbraio 2024 attraverso il fondo Geras 2, per un investimento complessivo di 50 milioni di euro, lavori di ristrutturazione inclusi.

TRASPORTI

18 maggio 2026

LUFTHANSA SALE AL 90% DI ITA AIRWAYS ACQUISENDONE UN ULTERIORE 49% PER 325 MLN

Spohr: «Avevamo promesso l'integrazione più rapida della nostra storia. Siamo stati anche più veloci»

Il gruppo Lufthansa prosegue nel proprio piano di acquisizione completa di Ita Airways. La compagnia tedesca ha infatti deciso di esercitare l'opzione per rilevare un ulteriore 49% del capitale della compagnia tricolore, per un valore già concordato al momento della creazione della joint venture di 325 milioni di euro.

Salirà in questo modo al 90% del vettore italiano, con il ministero dell'Economia e delle finanze che manterrà il restante 10%. Il perfezionamento dell'operazione è previsto nel primo trimestre del 2027, a seguito dell'approvazione delle competenti autorità, tra cui la Commissione europea e lo Us department of justice.

Ita Airways continuerà a operare con il proprio brand. «Guardiamo al futuro con ambizione e responsabilità – commenta l'amministratore delegato e direttore generale di Ita Airways, **Joerg Eberhart** -: la completa integrazione nel gruppo Lufthansa ci permetterà di competere con maggiore forza sui mercati internazionali». «Dopo l'acquisizione della prima quota del 41% in Ita Airways lo scorso anno, abbiamo promesso l'integrazione più rapida di una compagnia aerea nella nostra storia – aggiunge il ceo di Lufthansa Group e presidente del cda di Deutsche Lufthansa, **Carsten Spohr** -. Il nostro obiettivo era completare tutte le principali fasi di integrazione in soli 18 mesi. Non solo abbiamo mantenuto questa promessa, ma siamo stati anche più veloci».

SVILUPPO EXTRALBERGHIERO

18 maggio 2026

KRYALOS E KING STREET PARTNER IN DUE SVILUPPI STUDENT HOUSING A MILANO E PADOVA

L'iniziativa passa attraverso il fondo Domo, che ha acquisito in forward purchase un paio di asset ad hoc

Si rafforza il posizionamento nel segmento dello student housing di Kryalos sgr, che insieme a King Street Capital Management e tramite il fondo Domo ha recentemente perfezionato l'acquisizione in forward purchase di un immobile a Milano e di uno a Padova destinati allo sviluppo di strutture ricettive per studenti. Stando a quanto riporta Milano Finanza, la transazione si sarebbe chiusa per una somma complessiva pari a 115 milioni di euro. L'edificio meneghino è situato in via Cesare Beruto 18, nel cuore del quartiere Città Studi, bacino di riferimento del Politecnico.

L'intervento sarà curato da Pohl Immobilien, gruppo altoatesino che sviluppa e realizza progetti real estate e di rigenerazione urbana ad alto tasso di sostenibilità in tutta Italia, e prevede la realizzazione di una residenza per studenti da 350 posti letto complessivi, nonché di un set di amenities che include tra le altre cose piscina, palestra, aule studio, sala cinema e area ristoro, oltre a spazi verdi esterni e a un campo sportivo.

Per quanto riguarda l'immobile di Padova, invece, l'area su cui sorgerà la struttura è situata in viale della Pace, tra la stazione ferroviaria e il centro città. Il capoluogo euganeo conta circa 70 mila studenti universitari, oltre il 70% dei quali in mobilità, e rappresenta pertanto il quinto mercato per rilevanza a livello nazionale dopo Milano, Roma, Torino e Bologna.

Il progetto, attualmente in fase di definizione, sarà realizzato dal gruppo Industrie Edili Holding, realtà con oltre 25 anni di esperienza in sviluppo e commercializzazione immobiliare principalmente nel Nord-Est d'Italia, attivamente impegnata nei processi di valorizzazione sociale e urbana delle città in cui opera. L'iniziativa prevede la costruzione di una struttura ricettiva a prevalente destinazione student housing provvista di 530 camere singole, ciascuna dotata di cucina e bagno privato, oltre a servizi in linea con gli standard internazionali. Nel complesso, considerando i due sviluppi di Milano e Padova, il portafoglio

del fondo Domo raggiunge una dotazione totale di circa 880 posti letto. Kryalos consolida, dunque, la propria esposizione nello student housing e porta la propria piattaforma a circa 1.500 posti letto (incluso anche l'iniziativa di Bologna attualmente in corso di sviluppo con il fondo Mathelt). La sgrava a oggi un portfolio di asset under management del valore complessivo di 14,2 miliardi di euro.

PERFORMANCE

19 maggio 2026

TRIMESTRALI DELLE MAJOR COL SEGNO PIÙ MA ALCUNE NUBI INCOMBONO SUL FUTURO

Ihg: RevPar globale in aumento del 4,4%. In Medioriente si prevede però un -50% per aprile-giugno



La crisi mediorientale in corso non pare pesare in maniera eccessiva sui conti delle big dell'hôtellerie internazionale che, almeno per ora, riescono a compensare le difficoltà a cui stanno andando incontro le strutture situate nella penisola arabica, con le ottime performance registrate in Europa e nell'area Asia - Pacifico. È quanto si evince dalle prime trimestrali dell'anno di quattro big come Marriott, Hilton, Ihg e Hyatt, in cui tuttavia non mancano tra le righe alcuni segnali di criticità.

I dati dell'unico gruppo britannico tra i quattro citati indicano per esempio come il RevPar globale delle strutture della com-

pagnia sia cresciuto del 4,4% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Tale performance è stata trainata dall'area della Greater China (+5,7%), nonché dalla vasta regione operativa Emeaa, che include Europa, Medio Oriente, Africa e Asia (+5,6%). Un'analisi più approfondita di tali numeri mostra tuttavia che la crisi innescata dalla guerra Usa - Iran non ha mancato di farsi sentire.

L'andamento del RevPar degli hotel mediorientali, che pesano per il 5% del portfolio globale Ihg e per il 19% dell'area Emeaa, è infatti passato dal +9% dei primi due mesi del 2026 al -26% di marzo, per un complessivo -2%. E le stime per il secondo trimestre parlano già di un calo vicino al 50%.

Tra gennaio e marzo il Regno Unito ha per contro messo a segno una crescita dei ricavi per camera disponibile del 3%, l'Europa continentale del 5,4% e la regione East Asia e Pacifico dell'11%. Riguardo all'intera area Emeaa i dati al momento segnalano un -7% complessivo per il mese di aprile, con un miglioramento in vista per i due mesi successivi riscontrabile nelle prenotazioni on the book su base comparabile.

Anche le performance Marriott del primo trimestre sono state supportate dai dati provenienti da Oriente, tanto che il RevPar delle strutture internazionali della compagnia è salito complessivamente del 4,6% contro il +4% degli Usa (+4,2% a livello globale). Certo, pure in questo caso la crisi mediorientale non ha mancato di far sentire i propri effetti nel mese di marzo. Ciononostante, anche l'area Emea ha registrato una crescita del 3%, trainata dalle performance di Europa e Africa.

Scendono gli utili Marriott, Hilton sotto le aspettative degli analisti. Bene invece Hyatt trainata dalla Cina

Nel complesso il giro d'affari del gruppo con sede nel Maryland è salito sia per quanto riguarda le fee dei contratti di management e franchising, passate dagli 1,071 miliardi di dollari del primo trimestre 2025 agli 1,211 miliardi di quest'anno, sia relativamente agli incentivi sulle performance (da 204 a 222 milioni) e ai ricavi operativi, saliti da 948 milioni a 1,064 miliardi. A dispetto di ciò, i risultati netti del gruppo sono però scesi del 3%: da 665 a 648 milioni. Bottom line in crescita invece per Hilton, che ha visto nei primi tre mesi dell'anno il proprio risultato netto salire dai 300 milioni del periodo gennaio - marzo

2025 a 383 milioni di dollari. In linea anche l'incremento dell'Ebitda, passato da 795 a 901 milioni. Un trend supportato da un aumento del 3,6% a livello globale del RevPar su base comparabile e a tassi di cambio costanti. Alla luce di tali numeri, il gruppo con sede in Virginia ha quindi rivisto al rialzo le proprie stime per l'intero 2026, valutando che l'Ebitda rettificato possa raggiungere a fine anno una quota compresa tra i 4,02 e i 4,06 miliardi di dollari, corrispondente a un aumento di 20 milioni rispetto alle previsioni precedenti.

A dispetto di ciò, stando a quanto riportato da Reuters, le nuove proiezioni Hilton paiono non aver soddisfatto le aspettative degli analisti. Questi ultimi prevedevano infatti per l'outlook 2026 utili per azione rettificati attorno ai 9,05 dollari contro il range 8,79 – 8,91 dollari indicato ora da Hilton.

Ha chiuso infine un buon primo trimestre anche Hyatt, nonostante la crisi mediorientale abbia avuto un impatto negativo sul RevPar della compagnia per 50 punti base. Tra gennaio e marzo i ricavi medi per camera disponibili degli hotel del gruppo con sede a Chicago sono infatti cresciuti globalmente del 5,4% trainati soprattutto dal segmento lusso, contribuendo in questo modo a un incremento dell'Ebitda rettificato pari al 2,1% a quota 266 milioni di dollari (gli utili netti hanno quindi raggiunto i 38 milioni di dollari, cifra che sale a 61 milioni se si considerano i dati rettificati, ndr).

A livello di singole destinazioni, il RevPar negli Usa è aumentato del 3,3%, in Cina del 12% e in Europa del 7,5%, grazie in particolare alle performance garantite dalle Olimpiadi invernali in Italia.

PERFORMANCE

19 maggio 2026

SOGES GROUP: RICAVI IN CRESCITA ANCHE NEL PRIMO TRIMESTRE CHIUSO A QUOTA 4,3 MLN

Il fatturato 2025 della compagnia era salito del 58,3%, a fronte tuttavia di un peggioramento delle perdite

Prosegue lo sviluppo del gruppo Soges che, dopo aver chiuso lo scorso esercizio con ricavi in crescita del 58,3%

fino a 26,4 milioni di euro, mette a segno anche nel primo trimestre di quest'anno un incremento ulteriore del giro d'affari del 23,6% rispetto a gennaio - marzo 2024, raggiungendo quota 4,3 milioni. Sempre in questo primo trimestre 2026, il portafoglio di strutture gestite dalla compagnia fiorentina ha registrato un tasso medio di occupazione del 75% e un ADR pari a circa 119 euro.

«Il risultato riflette il progressivo contributo delle strutture entrate recentemente nel nostro perimetro di consolidamento, in particolare l'hotel Malaspina di Firenze e il Melià Venezia Lido, oltre al positivo andamento delle proprietà del Chianti e al miglioramento delle performance di Collezione Alfieri, che nel secondo anno di gestione evidenzia un significativo miglioramento delle performance commerciali – spiega il ceo di Soges Group, **Andrea Galardi** -. I Kpi del trimestre risentono poi naturalmente della consueta stagionalità del periodo, ma i dati confermano comunque la validità della strategia di crescita intrapresa».

Nel corso dell'intero 2025 il portafoglio di strutture operate dalla compagnia fiorentina aveva infatti registrato un tasso medio di occupazione superiore all'84% e un ADR pari a circa 159 euro. Durante il medesimo esercizio oltre ai ricavi totali, il gruppo ha visto crescere anche l'Ebitda, salito a quota 1,7 milioni di euro (+59,3% anno su anno, per una marginalità del 6,4% vs. il 6,3% nel 2024). Ciononostante la società ha al contempo registrato un peggioramento dei risultati netti, passati dai -300 milioni dell'anno precedente ai -1,7 mln del 2025. Tale andamento, si legge sul documento di bilancio, sarebbe stato determinato principalmente dal peso dei costi legati all'avviamento delle nuove aperture, nonché all'incremento degli oneri finanziari relativi agli investimenti effettuati.

Considerando i dati di bilancio normalizzati, ossia escludendo i dati del Malaspina e del Melià Venezia, i ricavi rimangono ancora su livelli molto elevati (25,6 mln), mentre cresce sensibilmente l'Ebitda 2025 della compagnia, che raggiunge quota 2,7 mln, per una marginalità del 10,5%.

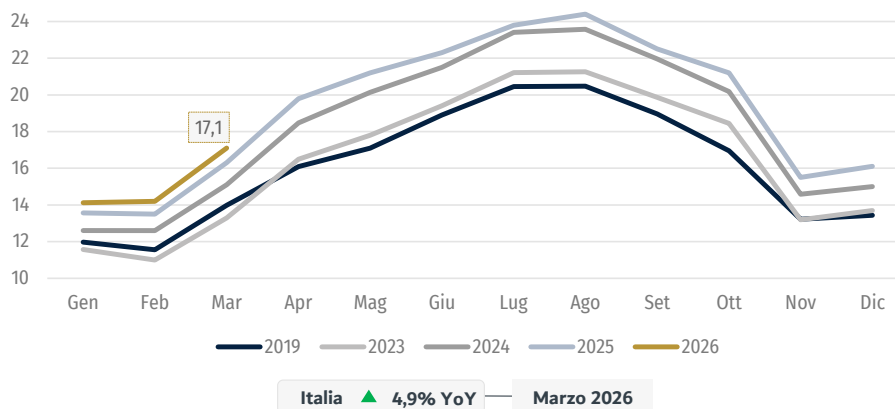
Le previsioni per l'anno in corso, infine, indicano in 30-32 mln il target di fatturato complessivo, e in 2,8-3,2 l'obiettivo dell'Ebitda.

Il gruppo conta a oggi un portfolio complessivo di dodici strutture, dieci delle quali attive sul mercato con il brand proprietario Place of Charme.

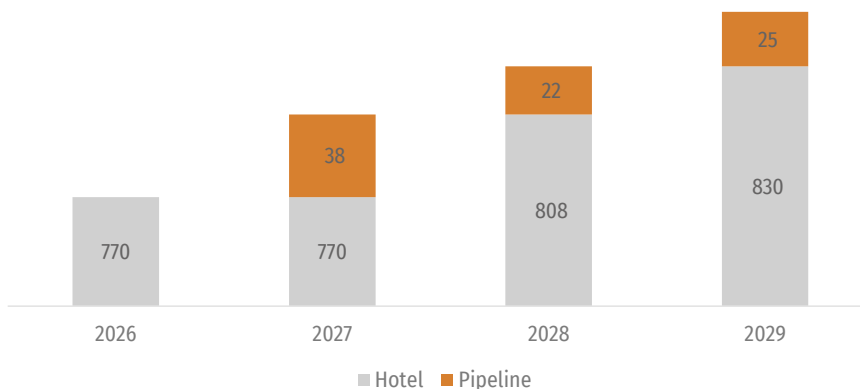
Evoluzione volume presenze alberghiere in Italia (mln), 2019 – 2026

Mese	2019	2022	2023	2024	2025	YoY (%) '25 vs '24	2026 (provvisorio)	YoY (%) '26 vs '25
Gen	13,4	9,0	13,8	14,2	14,3	0,5%	14,2	-0,6%
Feb	14,0	9,7	14,0	15,1	14,4	-4,9%	15,0	4,4%
Mar	16,4	11,5	15,2	17,2	15,8	-7,9%	17,1	8,1%
Apr	19,6	15,3	19,3	18,1	18,6	2,7%	-	-
Mag	21,1	18,0	21,2	23,5	24,2	3,1%	-	-
Giu	32,9	28,8	31,6	31,7	33,7	6,1%	-	-
Lug	42,5	41,0	41,4	42,0	43,4	3,4%	-	-
Ago	46,6	44,8	44,1	44,7	45,3	1,4%	-	-
Set	30,2	28,8	30,3	30,5	30,9	1,2%	-	-
Ott	19,5	18,8	19,5	20,7	21,2	2,3%	-	-
Nov	11,5	10,5	11,4	12,3	11,9	-3,5%	-	-
Dic	13,2	12,7	13,6	13,9	14,4	3,6%	-	-
Totale	280,9	248,7	275,4	283,6	288,1	1,4%	-	-

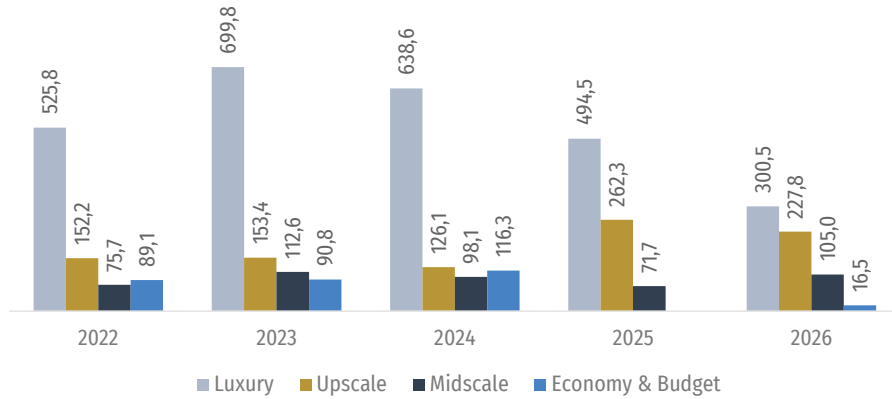
Evoluzione totale passeggeri Aeroporti in Italia (mln), 2019 – 2026 YtD



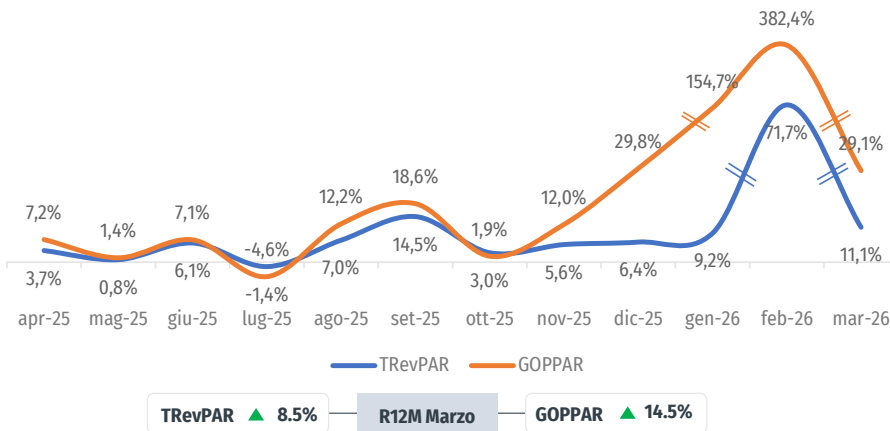
Offerta hotel 5-stelle in Italia, 2026 – 2029



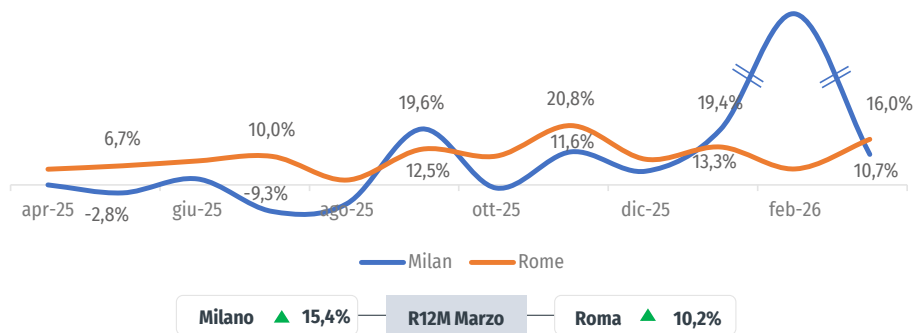
Valore Transato/Chiave (€'000) '22-'26*, fonte: hoteltransactions.com



Variazione mensile YOY TRevPAR e GOPPAR - Italia (EURO), fonte: Hotstats



Variazione mensile YoY ADR negli hotel 5-stelle - Roma e Milano fonte: Hotstats



Copyright © 2026 by THRENDS srl, Rimini, Italy.

È vietata la riproduzione, anche parziale, con qualsiasi mezzo, non autorizzata dagli autori.

the *Bulletin*



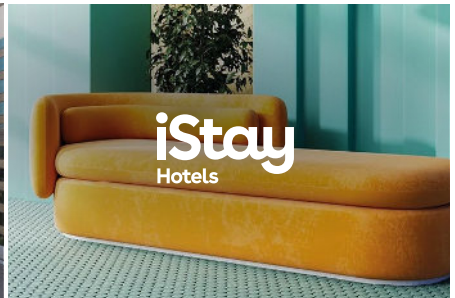
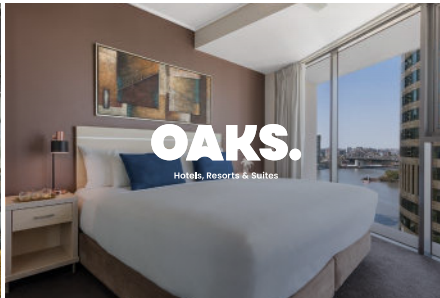
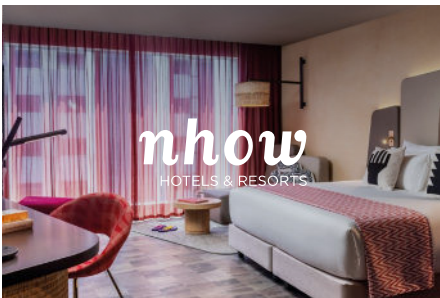
LEMA



MINOR
HOTELS

A World of Possibilities

Discover our hotels in over 59 countries worldwide. A global portfolio of over 560 hotel across twelve brands, offering a wide and diverse selection of accommodations tailored to meet the needs and desires of today's global travellers.



Minor Hotels brings you Minor PRO, our B2B brand offering tailored solutions for professionals.

MINOR-PRO.COM