

# «Dimezzato in quattro anni il valore degli hotel»

Bonini (Trademark): «La stagione si è accorciata, siamo passati da 100 a 50-70 giorni»

## **CENTINAIA di hotel in vendita, ma nessuno compra. Che dice Aureliano Bonini, esperto di turismo nostrano e nazionale?**

«Un'estate difficile per tutta l'industria dell'ospitalità — attacca il presidente di **TrademarkItalia** —. Quel che capita alla Riviera romagnola accade a tutti gli alberghi italiani».

### **Ovvero?**

«L'elenco dei venditori aumenta ogni giorno, ma le transazioni riguardano solo i grandi alberghi, i 5 stelle di Roma, Firenze, Milano e Venezia. Il resto dell'offerta è in sofferenza, incagliato nelle sabbie bancarie».

### **Grandi sconti ma tutto fermo.**

«Dopo 4 anni di flessione della domanda turistica business e leisure nazionale i valori degli hotel si sono quasi dimezzati in tutto il Paese. Alberghi che valevano 200.000 euro a camera sono passati a 100.000, quelli da 100.000 a 60.000, nelle aree balneari stagionali anche a meno. In effetti i valori corrispondono a quelli riportati dalle interviste del Carlino».

## **Il tema delle riqualificazioni.**

«La crisi dal 2008 al 2012 (anno nero) ha anche interrotto le riqualificazioni, le ristrutturazioni e il ringiovanimento di un'offerta che in media ha più di 50 anni».

### **Quali i numeri veri?**

«Rispetto al 2007, la Riviera romagnola è sotto di almeno 10 punti percentuali, in alcune località del 15%. Questo dato pesa sul valore degli immobili».

### **Sandro Giorgetti di Federalberghi evoca il 'rischio colonie'.**

«Un'area che vive di turismo non può permettersi il degrado. L'invecchiamento visibile e la sfiducia, pesano come un macigno ma quel che ora sembra pesare di più è il vincolo alberghiero che non consente conversioni e cambiamenti di destinazione d'uso».

### **L'accorciamento della stagione quanto pesa?**

«Fino al 2009 si contava su una stagione di 100 giorni. Dall'ultimo sondaggio dell'Osservatorio turistico che come Trademark elaboriamo emerge che oltre la metà de-

gli operatori fa i conti con una stagione tra 50 e 70 giorni. Aprile, maggio e giugno sono andati male o malissimo, luglio benino, agosto bene, settembre pesa poco».

### **Pochi utili rispetto ai numeri.**

«La cosa che conta, perchè è il brand della Romagna, sono gli alberghi tradizionali a gestione familiare, dove da qualche anno è diventato difficile remunerare il lavoro dell'albergatore e della sua famiglia. Con 30 giorni di massimo carico e 30 di medio si può pretendere un'azienda che guadagna, si aggiorna e si espande?»

### **Cosa servirebbe?**

«La riviera ha bisogno di un colpo d'ala non solo promozionale. Il colpo d'ala deve essere deve essere "strutturale" e immediato».

### **In pratica?**

«Se non miglioriamo in fretta camere e bagni e non aggiungiamo glamour alla nostra ospitalità, tutto quello che definiamo strategico non serve. E non dimentichiamo mai che senza la qualità dell'ospitalità una riviera lunga 100 chilometri perde identità e appeal».

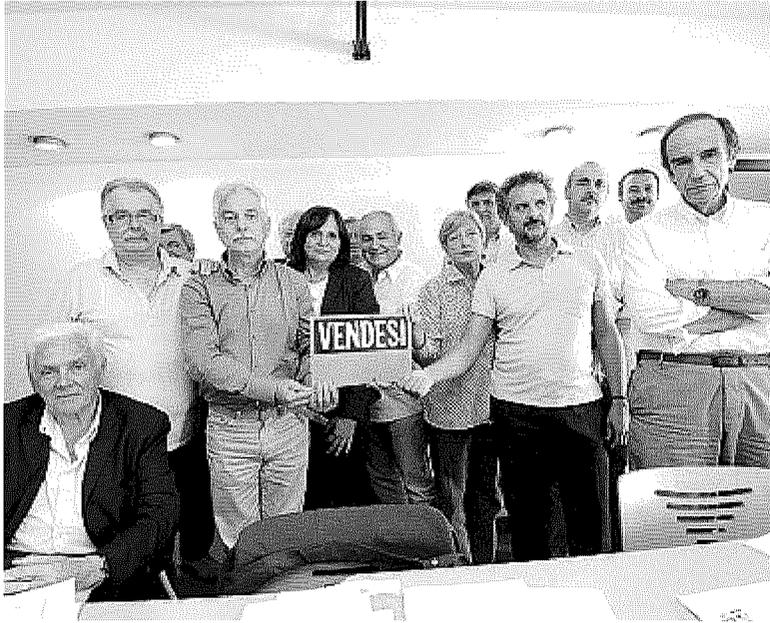
**Mario Gradara**

## “ OFFERTA 'VECCHIA'

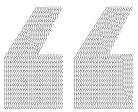
La crisi ha interrotto dal 2008 al 2012 le ristrutturazioni di edifici che in media hanno più di 50 anni

## “ FUORI MERCATO

Per le aziende tradizionali, quelle a gestione familiare, è diventato difficile remunerare l'albergatore e la sua famiglia»

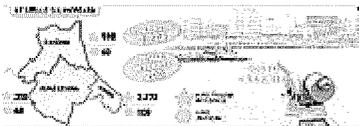


**PROBLEMA** A sinistra la pagina del Carlino sugli alberghi in vendita e il gruppo degli albergatori Confcommercio. In alto Aureliano Bonini



### COLPO D'ALA

«DOBBIAMO MIGLIORARE IN FRETTA LE CAMERE E I BAGNI, NON POSSIAMO PERDERE LA NOSTRA QUALITÀ»



#### La grande crisi, 200 alberghi in vendita

Intervista al presidente di Rimini - Prezzi tagliati ma qualità preservata

**«Ed è solo l'ultimo scacco lucertoloso solo mascherato»**

Il presidente della Confalberghi Rimini, Aureliano Bonini, ha parlato della crisi del settore alberghiero. «Ed è solo l'ultimo scacco lucertoloso solo mascherato», ha detto, riferendosi alle difficoltà del mercato. Bonini ha sottolineato che, nonostante la crisi, il gruppo di albergatori di Rimini continua a lavorare per migliorare la qualità dei servizi e delle strutture, puntando a attrarre turisti di qualità.

**ALBERGHI IN SALDO**

**«Dimezzato in quattro anni il valore degli hotel»**

Bonini Trademark - La stagione di mercato, siamo passati da 10 a 50-70 giorni

**FUN COOL**

**JAPAN CAR**

VEDI: ASSISTENZA 24 ORE

JAPAN CAR

JAPAN BIKE

VEicoli, 40 - Circolo Area 9700 0644 738883