

Editoriale

di Aureliano Bonini*

Lo speciale servizio di assistenza alla compravendita di Master Meeting è gratuito!

Da circa un anno Master Meeting espone nelle pagine dedicate a "Hotel&Finanza" con il titolo "Compravendite", un elenco di alberghi con indicazioni del numero delle camere, delle stelle e della location disponibili sul mercato. Lo facciamo senza citare il nome dell'esercizio per ovvie ragioni di riservatezza.

Da quando abbiamo creato questo servizio, abbiamo ricevuto moltissime offerte di vendita ma poche di acquisto, anche se i valori immobiliari sono scesi sui livelli del 1990.

Cosa facciamo per agevolare il rapporto di compravendita che, lo ricordo, è un servizio gratuito di Master Meeting?

Studiamo innanzitutto il profilo dell'azienda e con l'aiuto del gestore, proprietario, titolare cerchiamo un valore di mercato oggettivo e comprensibile, per non perdere la faccia. Sentiamo telefonicamente la proprietà e ne chiediamo l'assenso per realizzare – se ritenuto necessario – una "valutazione a reddito" perché **solo quando c'è reddito qualcuno è interessato a comprare.**

L'esperienza ci insegna che chi ha qualche sostanzioso risparmio in banca non compra un albergo per andarci a lavorare, ma per il reddito che produce. Quando la rendita c'è allora ci sentiamo autorizzati a trasmettere le cifre in gioco ai potenziali acquirenti dopo averli incontrati e selezionati. E questo lo facciamo per scoraggiare i "curiosi", anche se non sempre ci riusciamo.

Il servizio di Master Meeting è impegnativo. Di solito comincia facendo circolare l'offerta tra i nostri lettori dai quali nasce e si espande l'interesse per l'acquisto e/o la locazione. Quando questo si verifica, e noi riteniamo interessante il profilo dell'acquirente, indichiamo il volume dei ricavi annuali e il prezzo di vendita suggerito dalla proprietà, non senza un informale confronto tra valutazioni nostre e sue. Niente cifre ridicole, siamo esperti e di solito offriamo, a chi si mostra interessato,

un ventaglio di valori, seguito – se richiesto – da documenti e informazioni affidabili sull'immobile. Frequentemente dobbiamo esporci sulla teorica rendita della gestione, sapendo che tali informazioni sono ufficiose e quindi accessibili solo per acquirenti che abbiamo fisicamente incontrato, selezionato e "validato".

Auguriamoci che nel 2014 aumenti il numero di quelli che vogliono comprarsi un albergo e con l'albergo un'ottima qualità di vita. L'occasione è buona per fare un appello allargato: se volete cedere, vendere, affittare un esercizio ricettivo, dovete ringiovanirlo, riqualificarlo ristrutturarlo per fare in modo che vada a reddito il giorno successivo al rogito.

Nessuno dei potenziali compratori vuole tribolare con la burocrazia e i permessi amministrativi ed è raro che qualcuno sia interessato ad alberghi da ristrutturare che richiedono tempo, carte bollate, architetti e designer. Anche se si annuncia un "credito d'imposta governativo" che non manca di generare sospetti, gli alberghi ristrutturati prima del 2000 hanno uno scarso appeal commerciale.

*Aureliano Bonini è esperto di organizzazione alberghiera e hotel management, ha insegnato alle facoltà di Economia dell'Università di Perugia, di Rimini e alla Luiss di Roma. Dal 2007 è Lecturer di European Food&Beverage alla Hotel School della Cornell University di Ithaca, N.Y. (USA). Trademark Italia opera nel settore dal 1982 con un portafoglio attuale di 250 alberghi.

Valutare, acquistare e vendere un hotel

Master Meeting offre ai suoi lettori un nuovo servizio di consulenza e assistenza rivolto a chi desidera valutare, acquistare o vendere il suo albergo. Contattate la redazione di Master Meeting (tel. 02862327) e sarete richiamati il più rapidamente possibile dai nostri consulenti.

