

The logo for PAMBIANCO, featuring the word in a bold, white, sans-serif font on a red rectangular background.

**PAMBIANCO**

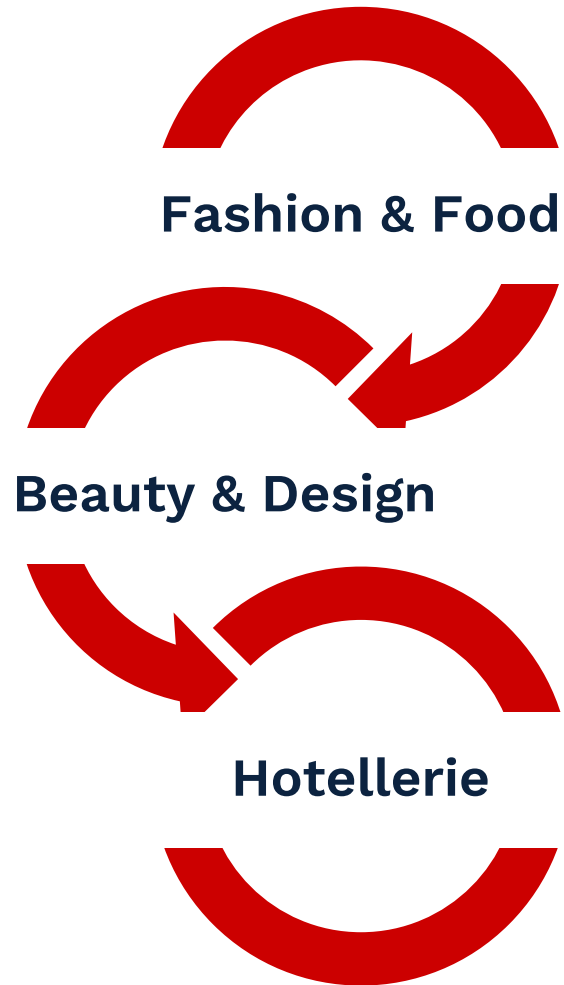
# **PROTAGONISTI DEL REAL ESTATE:**

Progetti e investimenti per il Domani  
Il mercato e l'andamento delle aziende

Intervento di **Alessio Candi**

Mercoledì 2 luglio 2025

# Le correlazioni tra Real Estate e settori Lifestyle



Il Real Estate è il filo conduttore tra tutti i settori che Pambianco già segue da tempo:

- nel **fashion**, nel **beauty** e nel **food** coinvolge tutto il mondo retail che è fortemente cresciuto negli ultimi venti anni come canali di vendita (es. negozi high street, centri commerciali e catene di ristorazione)
- il **design** è direttamente correlato agli sviluppi immobiliari in giro per il mondo
- l'**hotellerie** basa la sua crescita su operazioni immobiliari (ristrutturazioni, riqualificazioni, nuovi sviluppi)

# Il mercato mondiale del Real Estate comparato ai settori del lifestyle



Valori in trilioni di US\$



Real Estate

\$ 379 T



Fashion

\$800B



Beauty

€290B



Design

\$538B



Food retail

€4.000B



Hotellerie

€1.800B

# L'andamento dei settori del lifestyle

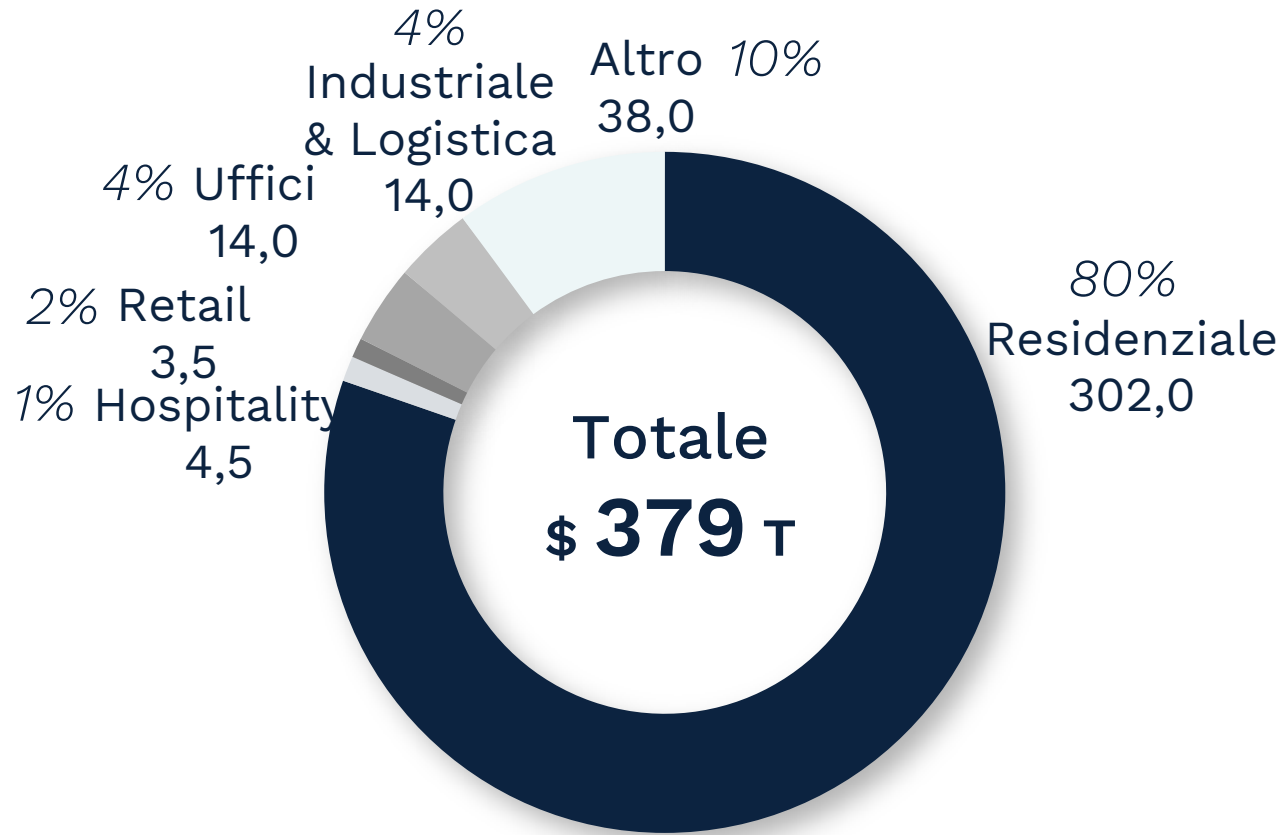


- **Fashion** – sta vivendo un momento di rallentamento. Dopo la forte crescita post covid sia il lusso che il mass market stanno attraversando un momento di decrescita e questo impatta anche sullo sviluppo del retail
- **Beauty** – continua a performare bene. Le grandi catene hanno numeri in crescita trainata dalla nascita e dallo sviluppo di nuovi marchi
- **Design** – dopo il forte rimbalzo post covid il settore è in fase laterale
- **Food retail** – dopo il rimbalzo post covid la crescita è rallentata, ma il settore continua a performare abbastanza bene
- **Hotellerie** – il settore in maggior fermento tra tutti con numeri in crescita e investimenti guidati dall'estrema frammentazione



# I principali comparti del Real Estate

Valori in trilioni di US\$



- La grande parte del real estate è rappresentata dal comparto residenziale con l'80%
- Retail e hospitality che sono i settori di pertinenza del lifestyle valgono rispettivamente 3,5 e 4,5 trilioni di US\$



# L'Hospitality



Valori in trilioni di US\$



**\$ 4,5 T**

- Legame diretto con il business dell'hotellerie
- Ripresa post-covid di traffico dei turisti internazionali ai livelli del 2019
- Nascita del bleisure (business e leisure)
- Necessità di investimenti immobiliari per lo sviluppo del business
- Business model evoluto che coinvolge marchi (Hilton, Marriott,...), operatori di gestione alberghiera e proprietari immobiliari

# L'Hospitality – I top 10 gruppi quotati mondiali per fatturato

Valori in milioni di euro

	FY-2023	FY-2024	var%
1 Marriott International	22.825	24.160	5,8
2 Hilton Worldwide	9.852	10.756	9,2
3 Hyatt Hotels Corp.	6.417	6.399	-0,3
4 Accor	5.056	5.396	6,7
5 InterContinental Hotels Group	4.451	4.739	6,5
6 MGM Resorts International - Rooms	3.370	3.544	5,2
7 Whitbread PLC	3.570	3.524	-1,3
8 Minor International - Hotels division	3.181	3.501	10,1
9 Travel + Leisure	3.610	3.719	3,0
10 H World (ex Huazhu)	2.967	3.151	6,2
<b>Totale Top 10</b>	<b>65.297</b>	<b>68.889</b>	<b>5,5</b>



# Cap rate nelle principali città - Hotellerie



Città	Hotel	min	max	media
Bangkok	7-8,5%	7,0%	8,5%	7,8%
Dubai	6,5-8%	6,5%	8,0%	7,3%
Miami	6-7%	6,0%	7,0%	6,5%
Los Angeles	6-7%	6,0%	7,0%	6,5%
New York	5,5-6,5%	5,5%	6,5%	6,0%
Milano	5-6%	5,0%	6,0%	5,5%
Londra	4,5-5,5%	4,5%	5,5%	5,0%
Singapore	4,5-5,5%	4,5%	5,5%	5,0%
Parigi	4-5%	4,0%	5,0%	4,5%
Tokyo	4-5%	4,0%	5,0%	4,5%
<b>media</b>		<b>5,3%</b>	<b>6,4%</b>	<b>5,9%</b>

- I Cap rate (capitalization rate) indicano il rendimento annuo di un investimento immobiliare (prima delle tasse e delle spese), ed è inversamente proporzionale al valore del bene.
- Le città con cap rate più bassi come Parigi e Tokyo sono viste come mercati core e sicuri. Quelle con cap rate più alti come Dubai e Bangkok offrono rendimenti più elevati ma sono con più rischio o volatilità

# Il Retail

Valori in trilioni di US\$






**\$ 6,5 T**

- Legame diretto con il business del fashion e del food retail che usano i negozi high street o i centri commerciali come canali di vendita
- Nel fashion si consolida l'apertura di negozi retail, con una distribuzione ormai globale e piuttosto capillare
- Nel food invece il trend di aperture di catene nella fascia alta e mass è ancora in crescita, in un mercato frammentato con nuovi format che si stanno affermando



# Il Retail nei principali gruppi del lusso

Valori in miliardi di euro

	FY-2024	% Retail	#store
LVMH	84,7	90% <sup>1</sup>	6.307
 KERING	17,2	76%	1.813
 CHANEL	18,7	90% <sup>1</sup>	600
 HERMÈS PARIS	15,2	92%	230
PRADA Group	5,4	89%	609
<b>Totale</b>	<b>141,2</b>	<b>87%</b>	<b>9.559</b>



<sup>1</sup> stima

# Cap rate nelle principali città - Retail



Città	Retail	min	max	media
Bangkok	6,5-8%	6,5%	8,0%	7,3%
Dubai	6-7,5%	6,0%	7,5%	6,8%
Miami	5-6%	5,0%	6,0%	5,5%
Los Angeles	4,8-5,8%	4,8%	5,8%	5,3%
Milano	4,2-5,2%	4,2%	5,2%	4,7%
New York	4-5%	4,0%	5,0%	4,5%
Londra	3,75-4,5%	3,75%	4,5%	4,1%
Singapore	3,5-4,5%	3,5%	4,5%	4,0%
Parigi	3,5-4,2%	3,5%	4,2%	3,9%
Tokyo	3-4%	3,0%	4,0%	3,5%
<b>media</b>		<b>4,4%</b>	<b>5,5%</b>	<b>4,9%</b>

- Le città con cap rate più bassi come Parigi e Tokyo sono viste come mercati core e sicuri. Quelle con cap rate più alti come Dubai e Bangkok offrono rendimenti più elevati ma sono con più rischio o volatilità

# Il Retail – le top città del mondo



Città	Indirizzo	Affitto (€/mq/anno)
1 Milano	Via Montenapoleone	20.000
2 New York City	Upper 5th Avenue (49th to 60th Sts)	19.553
3 Londra	New Bond Street	17.210
4 Hong Kong	Tsim Sha Tsui (main street shops)	15.697
5 Parigi	Avenue des Champs-Élysées	12.519



# Il mercato italiano del Real Estate



Valore patrimoniale € **6.500 B**



**21,5%** del PIL



€ **36,5 B** di fatturato



**545** mila imprese di costruzione



**1,5 M** occupati costruzioni



**330** mila addetti diretti servizi immobiliari

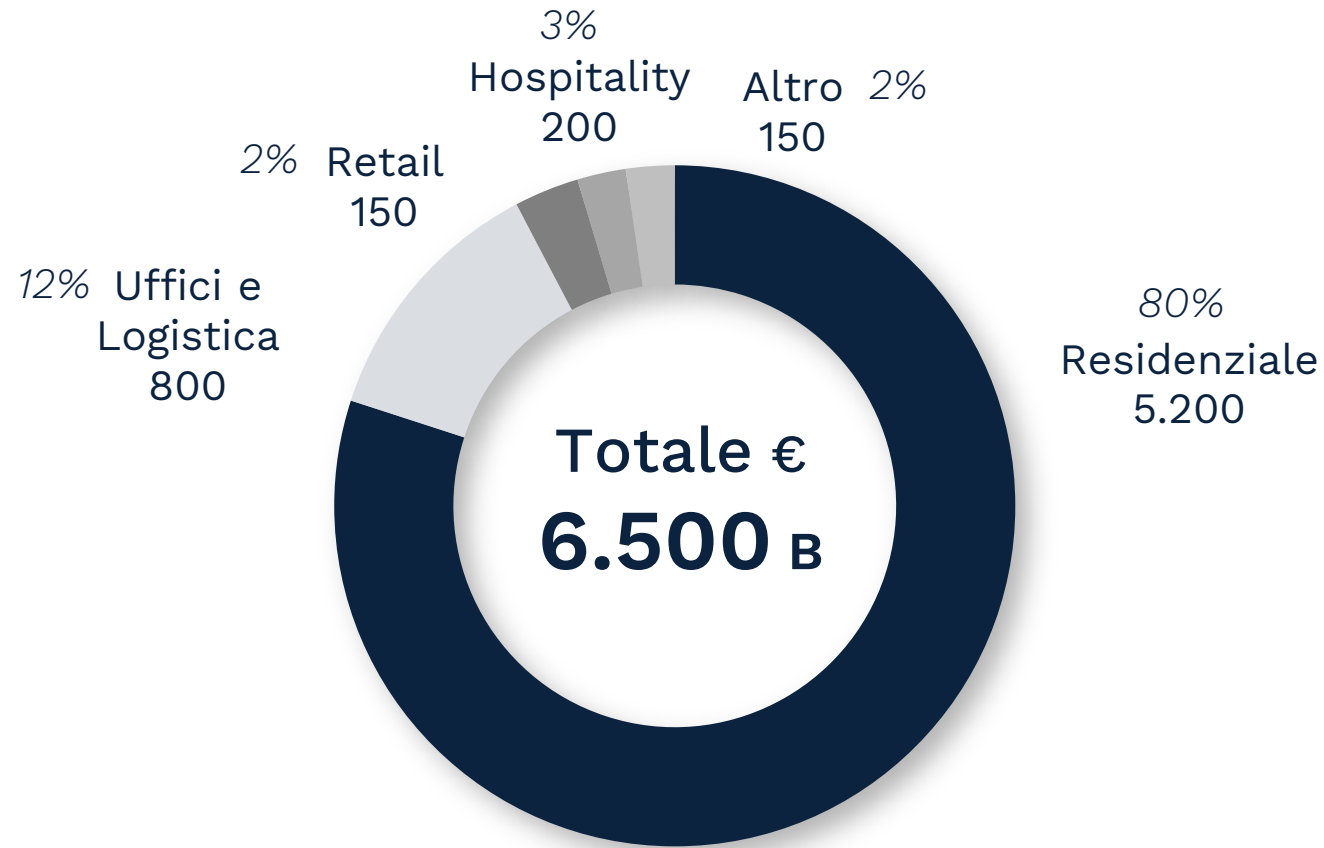


**140** mila addetti indiretti servizi immobiliari



# I comparti italiani del Real Estate

Valori in miliardi di €



- Il comparto residenziale rappresenta l'80% dell'intero Real Estate
- Retail e hospitality che sono i settori di pertinenza del lifestyle valgono rispettivamente 150 e 200 miliardi di €

# Caratteristiche

- L'Italia è il primo paese al mondo per numero di siti Unesco e una delle principali destinazioni turistiche al mondo
- Alta quota di proprietà privata (60% dei risparmi delle famiglie italiane è investito in immobili)
- Forte componente turistica che impatta positivamente su hotellerie e retail
- Bassa “finanziarizzazione” del settore rispetto al resto del mondo



# L'Hospitality

Valori in miliardi di €



€ 200 B

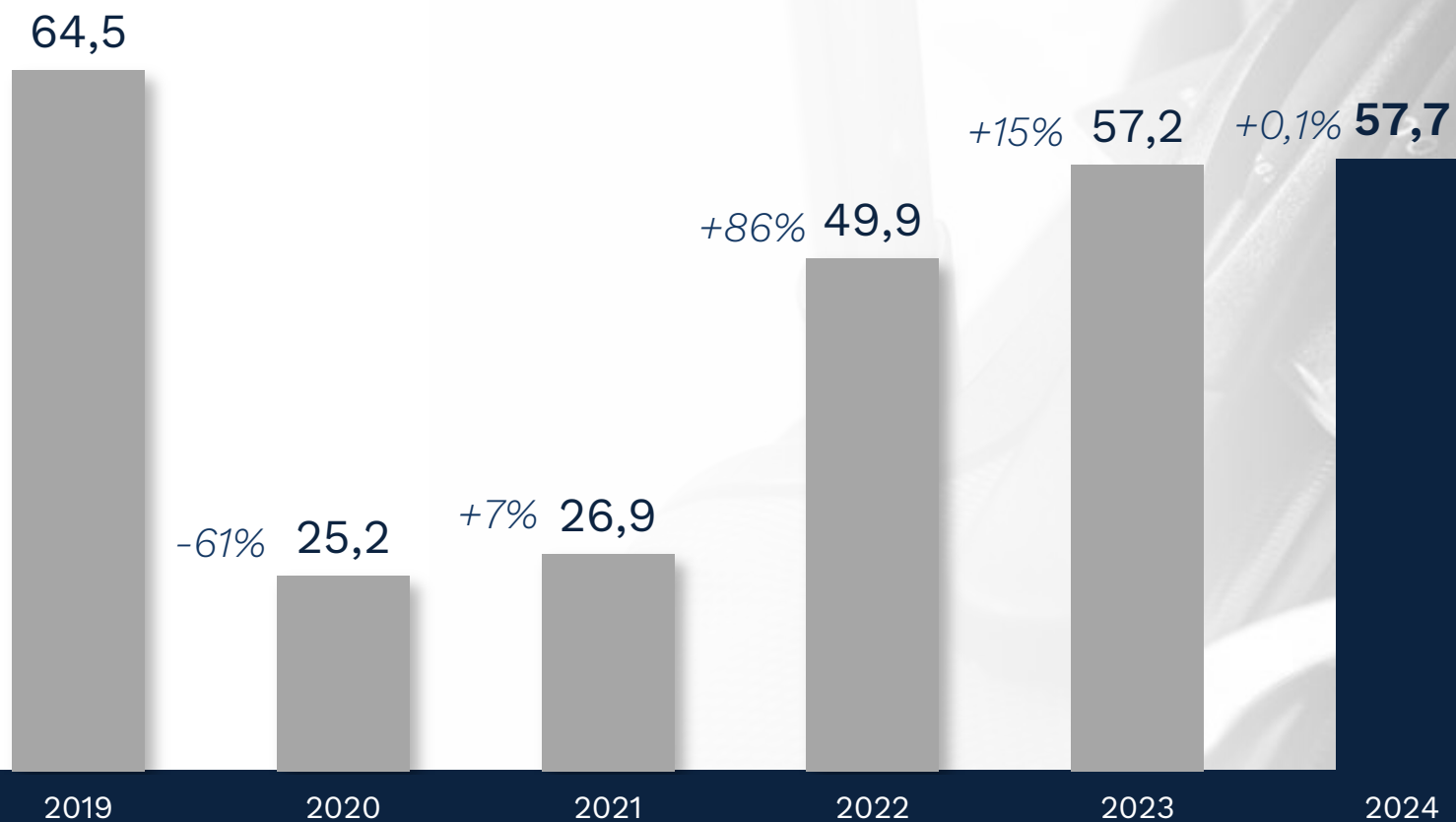
- Asset strategico per l'Italia
- Il rendimento netto cap rate è di 4-4,5%
- Negli ultimi anni si è assistito ad un boom nel settore lusso (Four Season, Rosewood, Belmond)
- Forte domanda nelle città di Milano, Roma, Venezia, lago di Como, Costiera amalfitana, toscana



# L'Hospitality – i flussi turistici in Italia



Arrivi internazionali in milioni



Var % 24/19  
**-11%**

# L'Hospitality – l'offerta alberghiera in Italia

Valori in numero

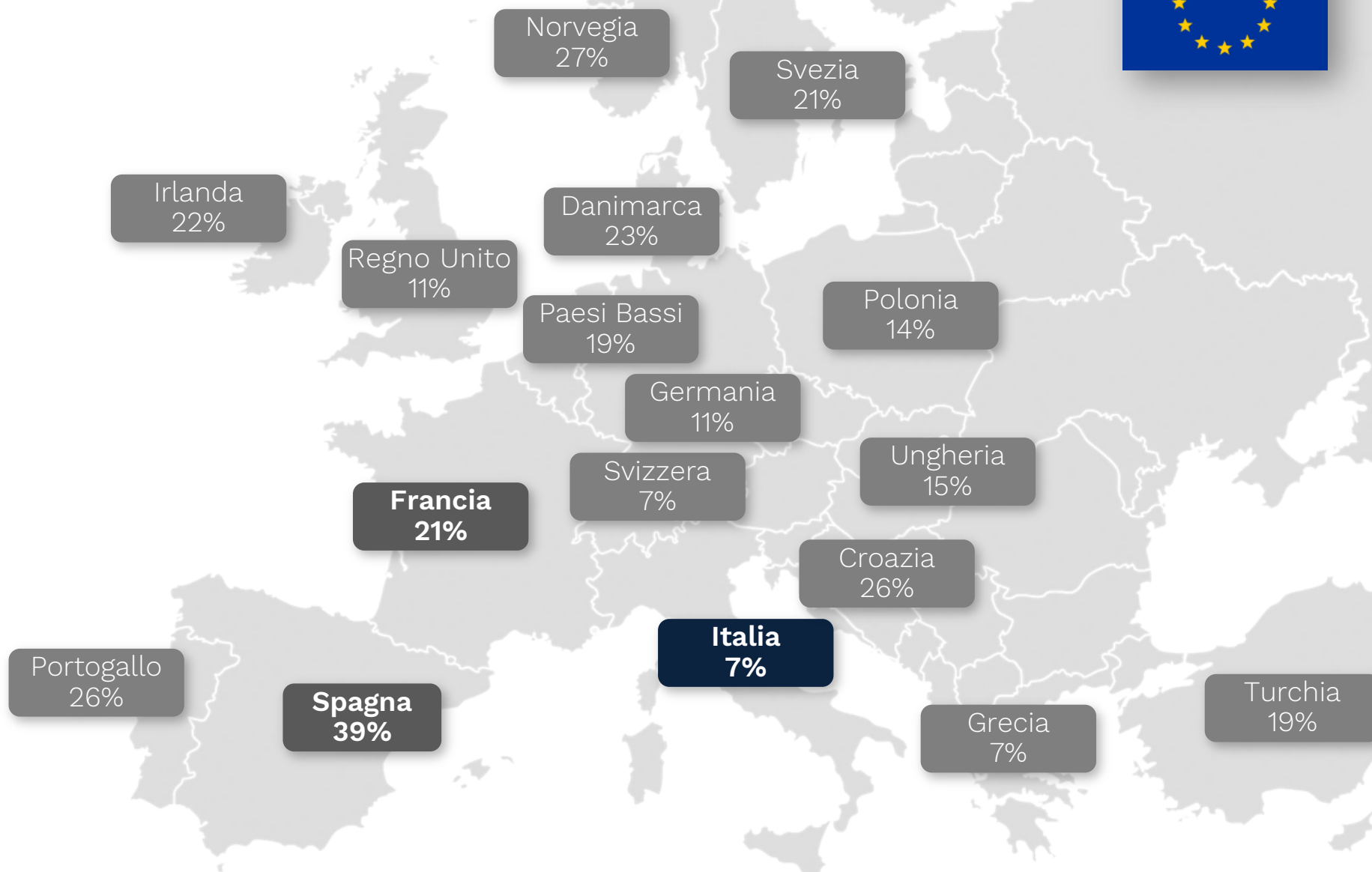
	#Esercizi	%	% <i>stranieri</i>
5 ★ L	686	2	75
4 ★	6.416	20	56
3 ★	17.778	55	44
2 ★	4.985	15	41
1 ★	2.329	7	44
<b>Tot. Alberghi</b>	<b>32.194</b>	<b>100</b>	<b>51</b>



# La penetrazione delle catene di hotel in Europa



**Media**  
**18,5%**



# L'Hospitality – top gruppi alberghieri italiani per fatturato



Valori in milioni di €

	FY-2023	FY-2024	var %
1 Starhotels Finanziaria - Prestazioni alberghiere	303,7	312,7	3,0
2 Gruppo UNA	202,5	217,7	7,5
3 Hotelturist	184,0	211,8	15,1
4 Alpitour - div. Alberghiera	177,2	202,0	14,0
5 Bluserena	106,9	114,2	6,9
6 HNH	105,8	113,4	7,2
7 Villa d'Este	94,6	101,5	7,3
8 Aeroviaggi	103,7	92,7 <sup>1</sup>	-10,6
9 Egnazia Ospitalità Italiana <sup>2</sup>	76,0	92,6	21,9
10 Blu Hotels	70,1	76,0	8,4
<b>Totale</b>	<b>1.424,5</b>	<b>1.534,7</b>	<b>7,7</b>

<sup>1</sup> fatturato non consolidato

<sup>2</sup> fatturato aggregato degli hotel di proprietà e commissioni degli hotel in gestione

# Il Fashion & Food Retail

Valori in milioni di €



€ 150 B

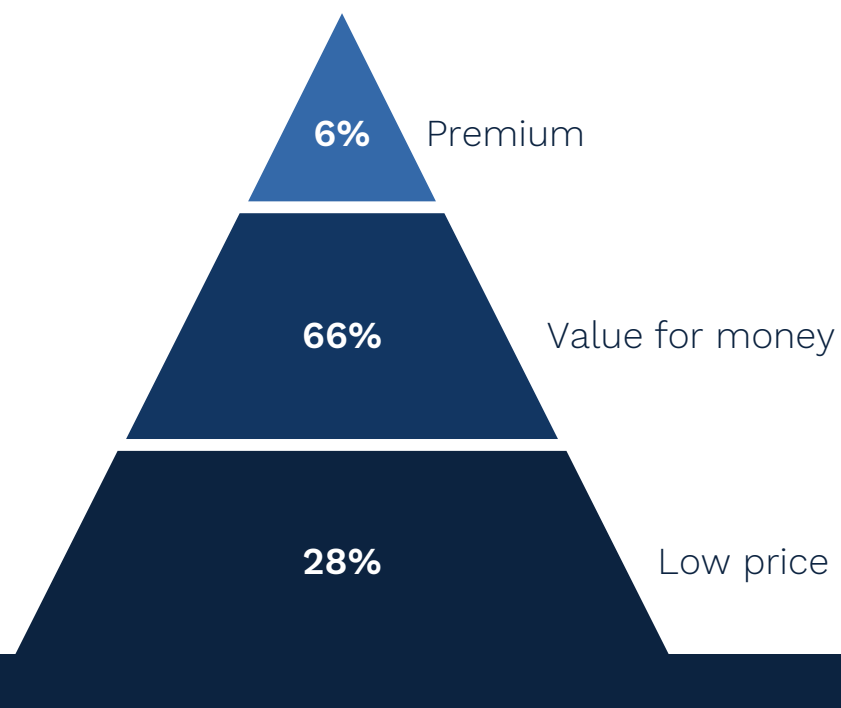
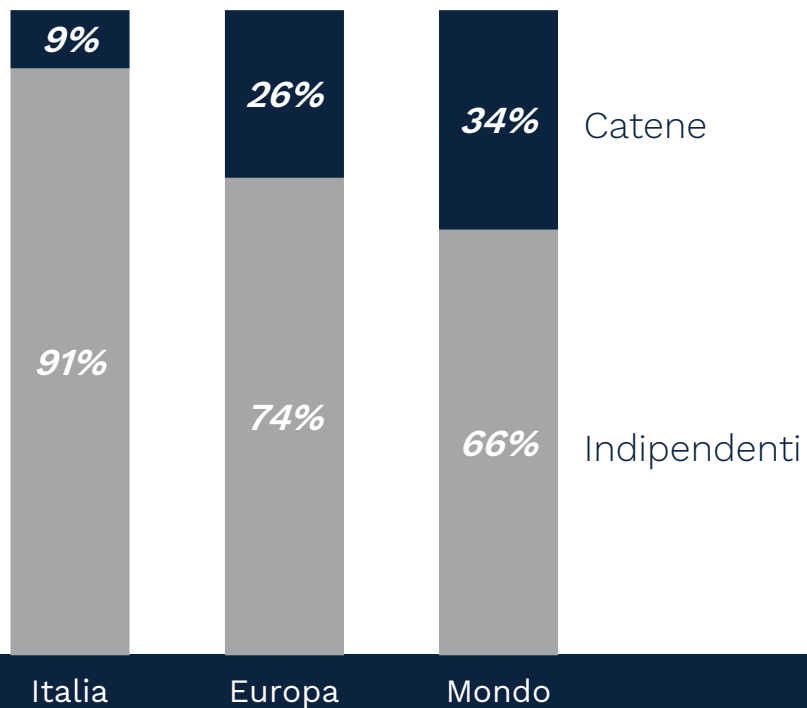


- Ancora molta richiesta nelle high street delle città come Milano, Roma e Firenze
- Soffrono i mall periferici anche per la concorrenza dell'e-commerce
- Valori in tenuta nei centri storici, in declino nelle aree secondarie

# Il Food Retail in Italia

Valori in %

Segmentazione del mercato in Italia



## Il Retail – segmentazione dei canoni di affitto

Città	Affitto (€/mq/anno)	var%	CAGR% 5anni
Milano	20.000	11,0%	7,8%
Roma	15.000	3,4%	7,8%
Venezia	8.000	-	7,0%
Firenze	6.000	-	8,4%
Torino	2.000	-	8,4%
Shopping Centers	1.100	10,0%	5,9%
Retail Parks	220	10,0%	3,0%



# La voce del settore

## Principali considerazioni sul mercato italiano<sup>1</sup>

- Settore hotellerie in crescita. Estremamente frammentato, molti player internazionali stanno entrando, creazione di catene, ristrutturazione di strutture esistenti e nuovi sviluppi
- High street tengono nonostante fase di “stanca” per il lusso e per la moda in generale. Buona le tenuta del beauty e della ristorazione selettiva
- Sempre maggiore “fluidità” fra i vari settori: brand del lusso che entrano nell’hospitality (Bulgari, Fendi,...), brand della ristorazione che entrano nei negozi di lusso (Da Vittorio da Louis Vuitton), gruppi del lusso che entrano nel Real Estate (Kering in Montenapoleone)



(1) Considerazioni emerse da interviste Pambianco a player del settore