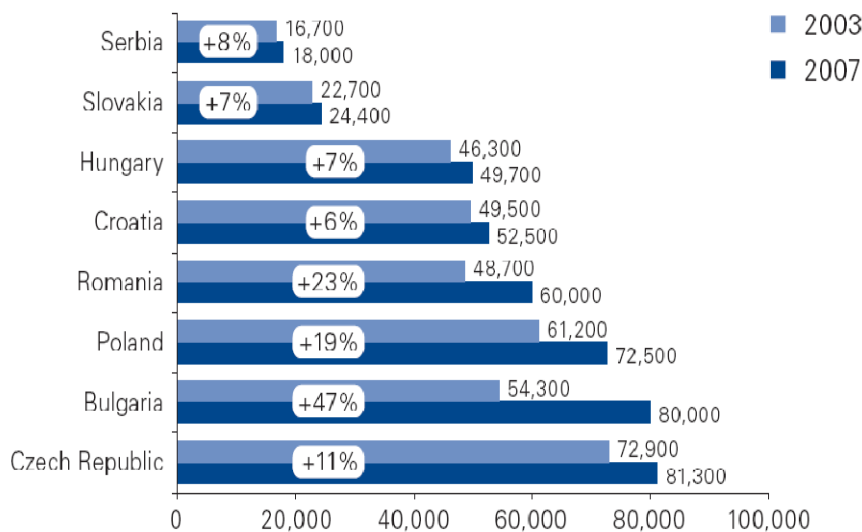




MARKETING E BUSINESS DEL TURISMO DIRETTO ED INDIRECTO IN ROMANIA: HOTELS

I paesi dell'Europa orientale sono diventati la nuova meta turistica, caratteristica causata dagli incredibili cambiamenti economico sociali che si sono avvicendati negli ultimi anni, combinati con le nuove opportunità di business originatesi in questi paesi. La crescita, in numerica, di vendite immobiliari è più significativa nei paesi che sono già famosi e si sono sviluppati nell'industria del turismo e del tempo libero, come la Repubblica Ceca:

Growth in number of hotel rooms in selected CEE countries (2003 & 2007)



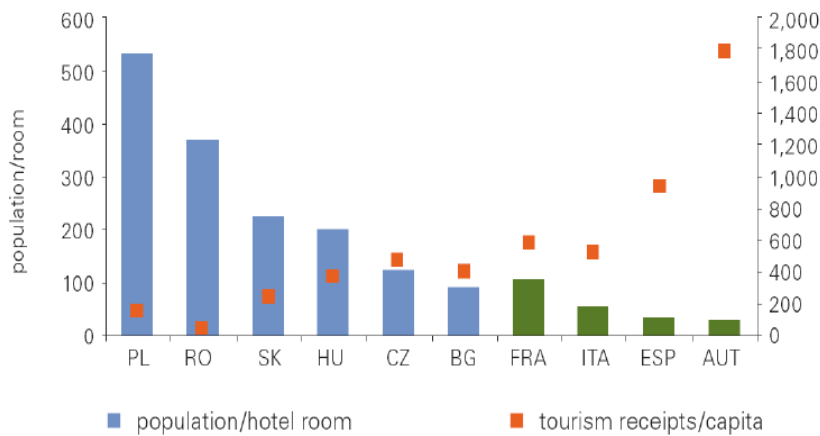
(Crescita nel numero di stanze hotel nei paesi CEE selezionati)

Un fattore interessante, nel processo decisionale di investimento, è il posto letto per camera, che trasmette una previsione di opportunità nel settore alberghiero in Romania e Polonia. Nel totale degli hotel di un paese, è importante analizzare le ripartizioni per categoria, in quanto ciò dà il livello di qualità e quantità del turismo nei rispettivi paesi. Per esempio, il numero di alberghi, divisi per categoria, nella CEE mostra una prevalenza di strutture a 2 e 3 stelle, che rappresentano

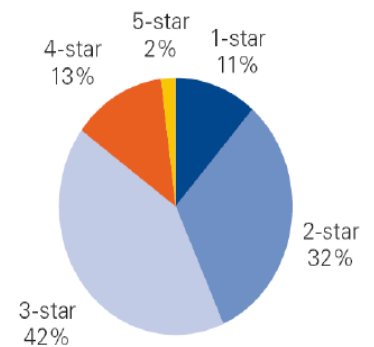


attualmente il 75% del totale delle camere in uso. Rispetto a molti Paesi occidentali Europei, la quota degli alberghi a 4 e 5 stelle nella regione è più bassa (solo il 15%), beneficiando di rimando una maggiore qualità dei servizi. Nell'analisi lo sviluppo delle camere di hotel, per categoria, si osserva una crescita nel luxury in tutta la regione.

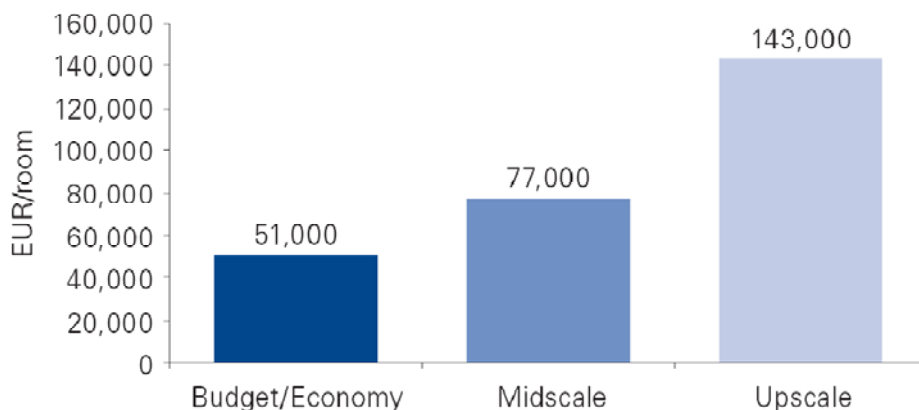
Population per hotel room and international tourism receipts per capita in selected CEE countries (2007)



Overall distribution of hotel rooms in CEE by category (2007)



La media di sviluppo del prezzo per camera per categoria è illustrato nel grafico sottostante, che mostra per un hotel a 3 stelle il costo totale per ogni camera di 51,000 euro, il 4 stelle di 77,000 euro e gli alberghi 5 stelle è di 143,000 euro. Questi costi dovrebbero aumentare nel prossimo periodo, in quanto il credito stretta creditizia è finita, e la fiducia nella regione, è tornata alla normalità.





Gli ostacoli principali per lo sviluppo di un hotel in Romania, sono stati individuati in:

- Ottenimento dei permessi dalle municipalità locali,
- Finanziamenti
- Valutazione problematiche impatto ambientale

A seguito della crisi internazionale del credito, il finanziamento del progetto è stato indicato infatti come il secondo ostacolo da superare, e il tempo e le problematiche ambientali. In media, la costruzione di un albergo è tenuta tra il 10 - 18 mesi. Qui non è compreso il tempo impiegato per l'ottenimento delle necessarie autorizzazioni e l'approvazione. La valutazione di un intero progetto, deve quindi comprendere la terra, il design e la tecnica del progetto e il permesso di costruire. Grazie alla più severe condizioni di finanziamento che sono presenti oggi, si prevede che gli investitori dovrebbero concentrarsi maggiormente sulla alberghi in città, in quanto ciò consentirà di garantire il beneficio di contare su più segmenti di mercato (cioè il tempo libero, le imprese, business di transito). Un sondaggio effettuato da KPMG sui luoghi per lo sviluppo rivela le seguenti città:

Preferred destinations for new hotel developments

Country	City (top three)
Poland	Krakow
	Gdansk
	Warsaw
Romania	Bucharest
	Cluj
	Sibiu
Czech Republic	Prague

Il viaggiatore d'affari è stato il maggior segmento che ha contribuito al totale della domanda alberghiera in Romania, lo scorso anno. Uno delle principali caratteristiche di questo tipo di domanda è che è molto elevato durante i giorni feriali (Lunedì Giovedì), e diminuisce in maniera significativa durante il fine settimana (da Venerdì alla Domenica). Questa domanda è relativamente costante durante tutto l'anno, con una notevole



caduta nel periodo dicembre-febbraio e nel luglio-agosto. Negli ultimi anni, la domanda di camere di albergo in Bucarest ha mostrato una continua crescita, raggiungendo un picco nel 2007 con l'ammissione della Romania UE.

Un aumento della domanda, in futuro, sarà fortemente correlata con la capacità economica e finanziaria del paese. Alla fine del 2008 erano 122 alberghi Bucarest in funzione comprendente con oltre 10.000 camere. Questo è meno che in altre grandi capitali europee come Varsavia, Budapest o Praga. La maggior parte gli alberghi di Bucarest i hanno meno di 50 camere (50%) e tra 50 e 100 camere (21%). Nel 2008, la disponibilità delle camere è aumentata del 25% rispetto all'anno precedente, a causa di grandi aperture come Rin Grand Hotel (1.400 camere), Ramada Plaza (302 camere), e Radisson SAS (424 camere). Come risultato, quasi la metà della fornitura Bucarest camera è ora valutato come 4-stelle (47%).

L'analisi SWOT per il mercato alberghiero a Bucarest:

SFIDE / OPPORTUNITA 'MINACCE

L'aumento dei costi operativi

Mantenere / aumentare la quota di mercato

Sourcing nuove imprese

Effetti inflazionistici sui ricavi e dei costi

Prodotti di sostituzione (in locazione appartamenti / reale mercato immobiliare)

Superiore barriera all'ingresso per i nuovi arrivati

Altre proprietà di operare

Ancora non un mercato maturo hotel

L'aumento della domanda interna

Ovviamente l'aumento della domanda interna e le opportunità il momento di calo dei prezzi del terreno rappresentano un fattore importante nella decisione di avviare una attività alberghiera in Bucarest.

Con gli attuali prezzi di terreni e lavori, Bucarest appare come un campo molto attrattivo nel campo investimento immobiliari turistici, con un periodo di pay back di 6-8 anni.



[Massimo Vecchioli - Trade Manager -Romania](#)