



*DOCUMENTO 879*

*LE CASE DEI TURISTI. UNA ECONOMIA DOMESTICA?*

COMUNICAZIONE AL SEMINARIO DI POLLENZO

5-6 GIUNGO 2007

*Isabella Scaramuzzi*

*Riccardo Dalla Torre*

*Giovanni Santoro*

Maggio 2007

## LE CASE DEI TURISTI. UNA ECONOMIA DOMESTICA?

### ABSTRACT

Sulla base del caso Spiagge Veneziane si presentano alcune tendenze e questioni di immediato futuro:

- un patrimonio di grandi numeri ma di qualità 'matura' caratteristico di alcuni modelli stagionali
- ritorno all'investimento immobiliare: quali effetti sulle città stagionali
- operatori tradizionali (economia domestica, agenzie di locazione) e nuovi operatori (*real estate*, gestori immobiliari, *tourism trade*)
- l'immagine come parte del prodotto turistico: ruolo del recupero e della nuova progettazione
- rapporto tra case e altre forme ricettive
- allungare i soggiorni e l'uso del patrimonio: un obiettivo condiviso?

Verranno tracciati scenari quantitativi per il caso veneziano, linee di policy locale condivise, domande aperte sulle quali aprire il confronto con esperienze più 'avanzate'.

## CONTENUTI DI QUESTO DOCUMENTO

La comunicazione *Le case dei turisti. Una economia domestica?* intende proporre all'ascoltatore una serie ragionata di suggestioni su un tema assai rilevante, dell'economia e dei luoghi turistici: il patrimonio immobiliare destinato alla ospitalità, nella formula di *residenze per vacanze*, intese nel senso più generale possibile (locazione, proprietà, seconda casa, investimento, timesharing, multiproprietà, villaggio, residence, *unità locativa turistica*, affittacamere e quant'altro).

La comunicazione si articola in diapositive (formato power point), ognuna delle quali introduce ad un aspetto del tema, suggerisce alcuni punti di vista da cui osservare la questione, propone alcuni dati, alcuni riferimenti che derivano dalla teoria, dalla metodologia e dai cosiddetti casi di studio, alcune domande sia per la ricerca che per le politiche, economiche e territoriali.

In questo testo, che segue le diapositive a gruppi, si intende riassumere il filo logico che connette le varie suggestioni, costruendo una riflessione: utile ad una comunicazione didattica, ad un *focus group*, ad un promemoria tecnico a seconda delle necessità e dei fruitori.

Il testo non ha senso compiuto senza le diapositive e viceversa.

L'autrice e il COSES ringraziano CST Assisi, la Regione Piemonte (Marzia Baracchino) e Liliana Treves di RP Torino per aver fornito l'occasione di riflettere su questo tema, aggiornare l'osservazione che il COSES ha condotto con il libro del 1999 *Le case dei Turisti* (Manente e Scaramuzzi, Il Mulino Bologna, serie COSES Ricerche) e con lo studio per Ciset-Agenzia delle Entrate del 2003 (documento COSES n.511.0/03).

L'uso di questo documento è soggetto alla proprietà intellettuale di chi lo ha steso e al rispetto circa la citazione delle Fonti (a loro volta citate dal COSES come sorgente dei dati).

Isabella Scaramuzzi, Venezia 31 maggio 2007

## DIAPOSITIVE REAL ESTATE 2-5

La storia del turismo e, non di meno, la sua attualità documentano **l'intima relazione tra patrimonio immobiliare destinato alla ricettività, impresa ospitale e luoghi** destinati alla vacanza (le *destinazioni*). Su questo tema si veda *Scaramuzzi, Inventare i luoghi del turismo, CEDAM Padova, 1993*.

Sin dalla prima generazione di stazioni per la villeggiatura, fino all'attuale interesse manifestato dal real estate globale per il rinnovo delle destinazioni mature, questo legame economico e territoriale è forte e chiaro.

Si cita il caso delle stazioni in Florida, inventate alla fine del XIX secolo (documentato in *Soane, 1993*), ma i casi nostrani ed europei sono altrettanto palesi e documentati. E' interessante notare le analogie costanti tra modelli di invenzione dei luoghi turistici europei e modelli statunitensi.

Negli anni Sessanta del XX Secolo, fase esplosiva del turismo di massa e della vacanza popolare, le stazioni nuove sono inventate come 'città e borghi', con una dotazione di patrimonio residenziale tale da competere –in luogo di villeggiatura– con i quartieri urbani che rispondono alla industrializzazione di massa. Paradosso di chi per fuggire dalle città del lavoro, abita temporaneamente 'città delle vacanze'.

Si cita il caso delle *stations nouvelles* francesi come 'estensione' della storica Costa Azzurra, verso la costa Brava spagnola: il sistema della Languedoc-Roussillon. Nascono quartieri altamente caratterizzati da seconde case e prodotti turistici locativi, molto articolati per tipologia in modo da soddisfare vari segmenti di mercato, di prezzo e di soggiorno.

Le diverse tipologie costruttive determinano diversi luoghi prima inesistenti, diversi *place-product* e diverse immagini.

Naturalmente, quello con le *case dei turisti* non è l'unico legame caratteristico tra turismo ed immobiliare: tra due economie che in prima battuta sembrano ben distinte anche per tipo di operatori, per *core business* e per struttura. Tanto da essere spesso contrapposte: il turismo come 'vera' impresa da una parte e l'immobiliare come 'pure' speculazione e rendita, dall'altra. Le cose non stanno sostanzialmente in questo modo.

Va detto che il patrimonio storico e artistico, ereditato dal passato (*heritage*) è notoriamente una delle risorse primarie e decisive dell'economia turistica: la sua conservazione, tutela e fruizione rappresenta una delle parti più rilevanti e controverse di questa 'industria', soprattutto perché si tratta, spesso, di un *merit good* appartenente al soggetto pubblico, sul quale si basa gran parte dell'economia ospitale privata.

Inoltre, esiste tutto il vasto patrimonio ricettivo alberghiero, che spesso è scarsamente considerato nell'economia turistica, facendo prevalere gli aspetti di impresa ricettiva e di industria turistica su quelli di impresa e industria immobiliare, e di mediazione/gestione patrimoniale.

In una ricerca COSES per AVA Venezia risultava che una forte percentuale della 'produzione alberghiera' è rivolta al patrimonio: manutenzione e arredo degli stabili, locazione o leasing, transazioni immobiliari (specialmente in edifici storici).

La recente fiera del real-estate italiano a Milano (EIRE) dimostra a chiare lettere l'intima relazione tra le due facce dell'hotellerie e dell'immobiliare (si veda occhio seguente).

Nella diapositiva *Gli attori della filiera* sono suggeriti alcuni nomi (famosi) e alcuni casi attuali di real estate, catene hotellerie, mediatori coinvolti nel grande business dell'immobiliare turistico. Una scheda di informazione è allegata a questo Documento (a cura di Riccardo Dalla Torre e Giovanni Santoro, per il COSES).

#### ALLA FINE DELLA FIERA

All'Expo dell'immobiliare di Milano, *EIRE* (22-25 maggio 2007), [...] ha corso un Convegno sulla competitività del turismo italiano in rapporto agli investimenti immobiliari.

*Jones Lang LaSalle*, colosso del real estate globale, mostra dati secondo i quali le transazioni nell'hotellerie europea sono state, tra 2005 e 2006, a livelli record: Venezia è in coda alle città metropolitane, con i casi di S.Clemente, Europa&Regina, Danieli. Imminenti le transazioni degli *Starwood* del Lido. *Hyatt Hotel* spiega che in Italia è quasi impossibile investire in management alberghiero: vi è una forbice troppo aperta tra redditi delle imprese ricettive che rendono il mercato opaco agli investitori. Il primo albergo di Venezia rende oltre il doppio del secondo: c'è poca norma nelle performance, poca stabilità. *Una Hotel*, giovane catena italiana, dice che la gestione manageriale ha difficoltà ad entrare in un mercato profondamente domestico, dove questo aggettivo invece che esaltare un *italian style* d'accoglienza, significa sottocapitalizzazione, sottodimensione e familismo industriale. Viene mostrato uno spot di *Una* il cui slogan è 'immobile significa business che si muove': oggi il patrimonio ricettivo italiano è obsoleto al 50%, richiede uno straordinario movimento economico per rinnovarsi. Il TCI riferisce di una recente graduatoria del World Economic Forum, in cui l'Italia è trentatreesima su 124 paesi, Francia, Spagna; Germania, Austria nei primi 15 posti. Competiamo egregiamente per gastronomia, simpatia e arte ma perdiamo quanto a politiche industriali e quanto a norme ed azioni concrete che sostengano il settore. La Banca *Aareal* palesa gli interessi pressanti del capitale cinese, rispetto alla ricettività del Bel Paese: sono interessati a partire da 400 unità, camere o appartamenti, nuovi o usati: garantendo una saturazione del 100% annuo. Business che si muove con le dimensioni di un esercito. La Venezia nuova che presentiamo all'EIRE non deve dimenticare che larga parte del patrimonio immobiliare vive di turismo e richiede di investire, mantenere, rinnovare avendo con le performance della prima economia cittadina una relazione forse sottovalutata. *Hilton* ci spiega che immobiliare e gestione ricettiva hanno in comune l'obiettivo del profitto e la frontiera di questa grande catena è conseguire un reddito aziendale che consenta di valorizzare gli immobili. La relazione è decisiva, secondo gli esperti che questo Convegno ha riunito e viene trattata con il linguaggio brusco degli affari. Penso che a Venezia sia indispensabile una riflessione con questo taglio, onde evitare il rischio di una doppia città: quella del turismo lasciata a sé stessa e alla rendita opaca, e quella dell'innovazione, degli investimenti immobiliari puri, senza domandarsi fino in fondo quali attività e imprese li renderanno positivi nel lungo periodo e per l'intera comunità.

Ciò che le prime diapos intendono introdurre e suggerire è che ridurre la **questione delle case turistiche ad una questione di normative del cosiddetto complementare** è un approccio distorto, che rinuncia ad occuparsi del turismo come economia complessa, capace di moltiplicare benefici, di funzionare da *driver* per molte filiere e, ultimo ma non ultimo, di determinare la sostanza e l'immagine dei luoghi (nonché delle comunità residenti).

#### DIAPOSITIVE DELLE QUANTITA' 6-9

Un punto di vista da cui spesso si osservano le *case dei turisti* è quello della loro difficilissima contabilità:

- in termini di stock: quante sono davvero
- in termini di flussi: quanto si modifica lo stock nel tempo e quali sono gli osservatori costanti tra uno studio spot e un altro
- in termini di valore: quanta economia muovono e chi lo documenta in modo affidabile.

Le ricerche condotte dal COSES, a partire dalla fine degli anni Novanta (con Ciset ed RP Torino, su commessa della Provincia di Venezia), hanno permesso di testare un metodo, su base Istat Censimento, per stimare l'economia *malva* delle case usate per vacanza. Il metodo è descritto nel volume Manente e Scaramuzzi, 1999 ed è stato presentato alla Conferenza di Statistiche del Turismo di Glasgow del 2000 (documento COSES n.268/00 *Second homes and rented accommodations: dimension and role of the phenomenon. Methodology and the case of the Province of Venice* Manente, Pedenzini e Scaramuzzi).

Alcuni dati efficaci: l'area malva porta da 31 mila a 55 le unità immobiliari per vacanza nelle spiagge venete (7 destinazioni): il potenziale di posti letto stimati raddoppia quello ufficiale, il fatturato aumenta del 73%.

L'indagine e i valori non erano affatto diretti a stimare evasioni o illegittimità, ma a delineare un contorno più realistico dei benefici economici locali del turismo.

Successivamente, nel 2003, a livello nazionale nell'ambito degli studi di settore il COSES ha collaborato con il Ciset, per Soza e Agenzia Entrate, a stimare il valore del cosiddetto complementare residenziale, attraverso le banche dati AIDA e ASIA 2001. Le unità trattate sono pochissime rispetto allo stock reale (nell'ordine di un decimo dell'ufficiale turistico, che come si è detto può aumentare fino al raddoppio se si introducono stime sull'area *malva*) e i loro dati (soprattutto quelli relativi ad addetti e fatturati) sono poco attendibili ed estremamente dispersi attorno ad un valore medio. Tale valore non rappresenta affatto una situazione tipo: i dati economici sulle case riguardano infatti i pochissimi casi di gestione imprenditoriale (con molti casi nel Trentino), di dimensione rilevante o di gestioni societarie.

In qualche modo si può confermare che non esistono osservatori attendibili, costanti nel tempo e confrontabili, che ci diano informazioni certe su queste strutture.

Una ulteriore conferma sui limiti dell'approccio quantitativo vengono dallo stesso Censimento Istat 2001 che rinuncia alla distinzione 'uso per vacanza' e 'in attesa di locazione o vendita' sulle quali si era basata la stima COSES 1996 su dati 1991.

L'insieme dello stock 2001, unico dato certo utilizzabile come proxy in confronto allo stock 1991, mostra per altro una dinamica 'piatta': nel decennio, in una provincia che rappresenta il più forte sistema locale dell'alto adriatico, si passa da 55 a 57 mila unità, con un calo percentuale del 'vuoto' sul peso dello stock residenziale complessivo (*occupato+non occupato*). Sembrerebbe di poter parlare di **saturazione delle destinazioni mature**, anche se sappiamo (da altre fonti, es. Nomisma o lottizzazioni comunali) che negli ultimi 5 anni, dopo il Censimento 2001, il mercato immobiliare ha ripreso slancio, anche in termini residenziali. Inoltre esiste, e ci torneremo, la **questione decisiva del rinnovo del patrimonio vetusto**.

La mappa del Bel Paese dove sono state riportati, sempre come suggestione, alcuni dei più forti sistemi locali di case per turisti (secondo Enit e Istat), ci dice che questa calma piatta accomuna parecchie delle destinazioni mature, mentre svettano, continuando a crescere tra 1991 e 2001, i sistemi più giovani, i litorali romano e marchigiano, con qualche interessante eccezione per le liguri Finale e Loano.

L'area *malva*, la sottostima e la aleatorietà dei dati confermano che una normativa tipologica non può conseguire grandi risultati di governo, rinnovo, indirizzo del comparto. Nel proseguo della comunicazione si tornerà, invece, a documentare come le case per i turisti determinino una forte economia locale, che merita di essere trattata (anche in sede normativa) uscendo dalla tradizione della classificazione extralberghiera e dallo stretto *disciplinare* turistico.

Tre indicazioni di intervento innovativo, possono essere tracciate:

1. nella normativa per il **patrimonio immobiliare tout court** (e per gli operatori della gestione/mediazione)
2. nella normativa rivolta ad **agevolare il rinnovo del patrimonio**, secondo l'uso
3. nella **tassazione locale** delle diverse forme d'uso e tipologie residenziali

L'ultima diapositiva, basata sostanzialmente su Fonti Ciset e UIC, traccia un paniere della spesa turistica (al 1996 e al 2007) di quanti soggiornano in case di vacanza e una stima del volume di beneficio economico apportato da questi ospiti nei vari luoghi della costa veneziana (stime al 1996) e in Italia (2007).

Si riporta anche un raffronto tra costo del pernottamento in alloggi e in BB presso le nuove soluzioni in *app&BGW* proposte da catene di hotellerie (caso Sol Melià Croatia). *Conviene* il servizio hotelliero, mentre l'economia messa in moto nelle località cambia a seconda del tipo di 'casa' scelto (chi ha la casa in proprietà, evidentemente, attiva fortemente ristoro e shopping).

#### DIAPOSITIVE DEI LUOGHI 10-16

Le case dei turisti generano luoghi stagionali molto diversi a seconda della tipologia e della gestione. Spesso si tratta di quasi-città (nel bene e nel male) a pesante economia domestica: *domestico* chi loca, chi affitta, domestiche le transazioni e il volano dell'economia 'urbana' attivata. In altri casi e sempre più con l'intervento di gestioni hotelliere/immobiliari si tratta di luoghi 'conclusi', simili ai villaggi, rivolti a clientela meno locale e gestiti da operatori extralocali/globali.

Soprattutto in queste soluzioni tipologiche/gestionali, alla ricettività in appartamenti sono abbinati i cosiddetti *servizi ancillari*, in particolare nautici (barca/casa): un modo per mettere in valore luoghi secondo il modello 'catalitico'. Un grande investimento, come una darsena o un campo da golf, viene 'ripagato' dalla vendita o prevendita di unità immobiliari. E' un modello sperimentato fin dagli anni Sessanta e che non mostra alcuna ruggine. Anzi. Torna ad avere un ruolo decisivo nelle stazioni mature per il rinnovo dell'immagine, cioè del patrimonio.

Un precedente assai rilevante, nel campo del rinnovo immobiliare turistico, è il rinnovo delle stazioni francesi nate ex nihilo, proprio negli anni Sessanta, e proprio seguendo il boom nautico. Il caso de La Grande Motte in Languedoc Roussillon ha fatto scuola: quando è nata per il planning e lo stile architettonico utilizzato e, recentemente, per il grande intervento di rinnovo, gestito unitariamente e con forte coinvolgimento degli attori pubblici locali.

Due fasi, quella di invenzione e quella di rinnovo, in cui l'intervento normativo pubblico non si è affatto limitato ad intervenire su tipologie, classificazioni e vincoli ma ha dispiegato una grande potenza *proattiva*: di investimento, co-investimento, promozione degli investitori, organizzazione delle modalità, aspetti fiscali, indicazioni manageriali.

Alcuni spunti erano già presenti nel volume del 1999. Le novità sono reperibili nei siti dei Dipartimenti, Comunità e Municipi languedochiani, della DATAR e delle Associazioni di categoria (i *Sindacati*).

Assai interessante anche il modello *gated community*, nativo degli stati *mediterranei* degli USA. Si riporta il caso di Coral Gable, stazione dei primi del '900, evoluta verso un insediamento stabile (a partire dai *ritirati dal lavoro*) e quindi verso una città a gestione fiscale autonoma. Qui il ruolo delle *property tax* sul patrimonio residenziale garantisce il funzionamento della città stabile. Coral Gable mette in luce non solo l'evoluzione di destinazioni vacanziera in città vere e proprie (secondo l'intendimento, per esempio, del master plan di Kenzo Tange per Jesolo, 1998) ma anche **l'aspetto fiscale, decisivo in termini di rinnovo, manutenzione, qualità del luogo e della comunità stabile o semi-stabile**. Un altro spunto per una normativa che vada ben oltre la retorica della ricettività complementare extralberghiera.

#### DIAPOSITIVE RICERCA E POLITICHE 17-20

Nelle ultime diapositive si tirano le fila delle suggestioni proposte, riconducendo ad uno schema interpretativo del *turismo sostenibile*, costruito dal gruppo COSES (Dalla Torre, Santoro e Scaramuzzi), per questo Documento.

L'elaborazione di una serie cospicua di dati sulla domanda (condotta da Cazzoletti nel 1999) mostra la **relazione eccellente tra case turistiche e domanda domestica**, in alcune specifiche destinazioni.

Questo trinomio ci dice che una delle due tipologie di città turistiche probabili si risolve all'interno della *regione*: veneti che vanno al mare in veneto, spostando redditi tra province, al massimo tra regioni confinanti. Una **economia domestica** che produce stazioni simili a quasi-città e ha certi vantaggi e certi limiti.

I dati sulle vacanze dei veneti e sul veneto turistico (Fonte Regione del Veneto, 2007) permettono di confermare questa chiusura del 'giro economico': è una realtà che può essere considerata stabile e durevole (*sostenibile*).

Meno scontata, anche se alcune suggestioni emergono dai vicini competitori come la costa *dalmata*, l'ipotesi di città più globali e più vacanziere (stagionali e cosmopolite) con l'affluenza di redditi provenienti da origini più ampie e variegate.

*Addomesticare l'investitore foresto? Diffondere ricettività e benefici?*

Queste ed altre domande vanno poste alle **politiche di stazione** e a chi deve disegnare il futuro delle comunità locali (con il planning e con il place marketing).

L'impegno normativo deve accompagnare questo tipo di prospettive e alternative, non limitarsi a regolare uno status quo destinato comunque a forti pressioni evolutive: vetustà dei patrimoni e nuovi soggetti di domanda e di investimento.

Lasciamo decidere agli attori o siamo capaci di fare regia?



**Allegato Doc. 879.0**

**LE CASE DEI TURISTI**  
UNA ECONOMIA DOMESTICA?

***PAPER Pollenzo - Giugno 2007***

*A cura di:*

*Riccardo Dalla Torre  
Giovanni Santoro  
Isabella Scaramuzzi*

Maggio 2007

## NOTE RELATIVE ALLA SLIDE 3 - GLI ATTORI DELLA FILIERA

### Gruppi Immobiliari Real Estate

Sono stati scelti i principali gruppi immobiliari real estate italiani:

- **Marcegaglia Group** è uno dei più importanti gruppi industriali al mondo. La sua divisione turistica - Marcegaglia Tourism - propone attualmente due destinazioni di vacanza: l'isola di Albarella (a sud di Venezia e Chioggia, in provincia di Rovigo) e il resort di Pugnochiuso (situato nei pressi di Vieste, sul Promontorio del Gargano).  
L'Isola di Albarella è stata concepita come un'area protetta e privata dove il turista è a contatto con la natura, gli animali liberi ed è immerso nella tranquillità e nel silenzio. L'Isola è composta da oltre 2300 proprietari privati che hanno acquistato una proprietà immobiliare. Tutt'ora il 30% dell'isola è di proprietà della Famiglia Marcegaglia con circa 300 case, ville ed appartamenti per le vacanze e per la gestione immobiliare, due alberghi, tutte le attività commerciali e sportive. Marcegaglia Tourism gestisce direttamente le affittanze di case, ville e appartamenti, gli alberghi, la Marina Turistica, il Circolo Golf Albarella e le attività del Centro Sportivo dell'isola.  
Pugnochiuso è un resort sul promontorio del Gargano, all'interno dell'omonimo Parco Nazionale che si sviluppa in un'area di circa 150 ettari, in posizione digradante verso il mare con due baie contigue: la baia di Pugnochiuso e la baia di Portopiatto.  
Pugnochiuso Resort è costituito da strutture, ville, residence e servizi di proprietà privata gestiti da diverse associazioni condominiali e da strutture e servizi di proprietà del Gruppo Marcegaglia come: l'Hotel Del Faro\*\*\*\*, l'Hotel degli Ulivi\*\*\*, le Villette delle Macine, il Residence Belvedere, il Centro Congressi, il Centro Commerciale "La Piramide" gestiti e commercializzati con marchio "Marcegaglia Tourism".
- **Pirelli Real Estate**, che fa parte del gruppo Pirelli & C. SpA, è uno degli operatori leader del mercato immobiliare italiano. Pirelli RE, tra le varie attività, individua e promuove operazioni di acquisizione di portafogli di immobili a uso abitativo ed operazioni di sviluppo mediante la realizzazione di nuovi complessi residenziali o la riqualificazione di quelli esistenti.
- **Gabetti Property Solution** svolge attività di consulenza e intermediazione immobiliare tramite un network di oltre 800 agenzie. Nel mercato retail è attiva nei servizi di intermediazione nelle fasi di vendita, acquisto o locazione di immobili ad uso residenziale o commerciale. In particolare, è presente nel segmento degli immobili esclusivi con il marchio Santandrea (cfr. Intermediari Immobiliari).

Questi tre gruppi immobiliari compongono la proprietà di Turismo & Immobiliare (inizialmente creata da IFIL, Intesa, Marcegaglia e Pirelli RE), società che possiede il 49% di Italia Turismo, “property developer” controllata da Sviluppo Italia, che ne detiene il 51%.

## Fondi di Investimento

Sono stati individuati due tra i principali fondi di investimento proposti da gruppi bancari italiani:

- **Fondo Delta Immobiliare:** si tratta di un fondo comune di investimento promosso da Capitalia della durata di 8 anni (a partire dal 2006). Entro 6 mesi dalla chiusura del collocamento, il patrimonio raccolto sul mercato sarà investito in immobili a destinazione d’uso turistico-alberghiera situati in importanti città europee e località turistiche di prestigio.
- **Italian Business Hotels:** si tratta di un fondo immobiliare italiano specializzato nel settore alberghiero e promosso da BNL. Italian Business Hotels investirà in Italia negli hotel di categoria business. La Società di Gestione del Risparmio Bnl Fondi Immobiliari, nata nel 1998, ha istituito sei fondi immobiliari di cui quattro già operanti.

## Il caso Progetto Turismo

**Progetto Turismo** diversifica le proprie attività all’interno del settore, direttamente o attraverso società controllate. È attivo negli ambiti Real Estate, Editoria, Event Management, Intermediazione Turistica e Immobiliare, Formazione e Consulenza (studi di fattibilità, customer satisfaction, marketing strategico e operativo, urbanistica applicata al turismo, CRM ed e-commerce).

Progetto Turismo approccia il settore in modo innovativo, intervenendo su molteplici aspetti della filiera del tempo libero: dalla progettazione alla commercializzazione e gestione degli investimenti a carattere turistico-immobiliare: darsene, hotel, appartamenti, resort, golf-club, ville e dimore storiche, rustici e casali tradizionali, residence e villaggi turistici, complessi termali e beauty farm.

## Operatori turistici

Tra gli operatori turistici sono stati presi in esame i due principali web operator operanti con riferimento al mercato italiano:

- **Venere.com:** si tratta di uno dei leader europei per le prenotazioni alberghiere online. Il portale di Venere.com è gestito da Venere Net Spa, un'azienda italiana con sede a Roma. I servizi di prenotazione alberghiera on line di Venere Net sono nati nel 1995 e, da allora, hanno utilizzato Venere.com milioni di turisti provenienti da più di 200 paesi del mondo.
- **Expedia.com:** Expedia Inc. è la società leader a livello mondiale nel settore del turismo e dei viaggi. In Italia, Expedia Inc. è la prima società di e-commerce che offre un servizio di prenotazione e acquisto di viaggi online. Expedia Inc. è leader del mercato italiano dei viaggi online, per fatturato, numero di utenti e transazioni. Expedia Inc. offre una gamma completa di servizi per viaggi in tutto il mondo, soggiorni in hotel, voli, autonoleggio e attrazioni turistiche.

Sono stati altresì presi in considerazione il leader di mercato nell'intermediazione turistica nel settore appartamenti:

- **Interhome:** Interhome è la società leader nell'affitto di appartamenti e case di vacanza in Europa, offrendo 20.000 appartamenti e case di vacanza in 15 paesi europei e in Florida. Quasi tutti gli appartamenti e le case proposte sono prenotabili on line sul sito web. Interhome propone solo appartamenti offerti da proprietari privati, per questo motivo è in grado di poter confermare al cliente la disponibilità in tempo reale.

E uno dei principali operatori alberghieri che sta sviluppando il business degli appartamenti:

- **Sol Melià:** è una catena alberghiera spagnola, che occupa il terzo posto a livello europeo ed il dodicesimo nel mondo. E' inoltre leader mondiale nel settore vacanziero in Sudamerica e nei Caraibi. Dispone approssimativamente di 350 alberghi, 85.000 camere, in 30 paesi di quattro continenti. I marchi tramite i quali lancia i propri prodotti sono: Meliá Hotels & Resorts, ME by Meliá, TRYP Hotels, Sol Hotels, Paradisus Resorts e Sol Meliá Vacation Club.

### Intermediari immobiliari

Per quanto riguarda gli intermediari immobiliari, sono stati individuati quelli italiani operativi in particolare nel settore lusso, che non lavorassero esclusivamente in un ambito territoriale specifico.

La fonte utilizzata per individuarli è stata Il Sole 24 Ore, in particolare l'inserito 24 House, che contiene annunci su immobili di pregio, dimore storiche, esclusive case vacanza.

Nello specifico, Santandrea fa parte del Gabetti Group, uno dei principali gruppi immobiliari real estate italiani.

- **Santandrea - Gabetti Group**
- **Venice Real Estate**
- **Luxury & Tourism**
- **Luxury Homes**
- **Andrian & Partners**
- **Case di Campagna - Italian Country Houses**
- **Paludet & Partners Real Estate**
- **Grimaldi Immobiliare**
- **European Real Estate**
- **Della Spiga**

NOTE RELATIVE ALLA SLIDE 18 - COSA CHIEDERE ALLA RICERCA PER DIRLO ALLA POLITICA

### Villaggio Sant'Andrea

Il Villaggio Sant'Andrea è un progetto della società Turinvest SPA, che fa parte del De Filippo Group.

Si tratta di un nuovo villaggio edificato a Caorle la cui promozione è incentrata sullo slogan "Vivere in Vacanza". La costruzione presenta come caratteristiche distintive la ricerca di un'offerta completa che permetta al turista di vivere una vacanza esclusiva.

La struttura (completamente priva di barriere architettoniche) si colloca in un'area verde vicino al mare ed è corredata da 5 piscine, piste ciclabili, percorsi attrezzati, strutture sportive, un servizio di infermeria di primo soccorso all'interno della piscina coperta utilizzabile tutto l'anno, un servizio di security.

Il villaggio è contraddistinto da un innovativo impianto di condizionamento e riscaldamento a gestione autonoma, che si può attivare a distanza tramite computer o cellulare, programmandone il funzionamento.

E' poi supportato da un sofisticato sistema anti intrusione supportato da un sistema di telecamere a circuito chiuso.

Infine, è previsto l'allacciamento alla rete in fibra ottica, che garantisce un collegamento ad alta velocità alla rete internet.