

Il Contratto di Management alberghiero

Il ruolo della partnership tra proprietà e gestione nelle strategie di investimento

Milano, UNA Hotel Cusani – Giovedì 16 aprile 2026

9.15 Registrazione dei partecipanti

9.25 Apertura dei lavori

9.30 IL MERCATO ITALIANO DELL'HOSPITALITY: SCENARI, INVESTIMENTI E PROSPETTIVE

- Il posizionamento dell'Italia nelle strategie di investimento europee e globali
- Fatti e cifre della crescita del mercato alberghiero
- I segmenti trainanti: lusso, leisure, business e nuovi format
- Il ruolo delle catene e degli operatori istituzionali
- Attrattività del sistema Italia e capacità di competere a livello internazionale

Andrea Mancini, Head of Hotel Capital Markets Italy **JLL**

10.00 IL CONTRIBUTO DELL'HOSPITALITY ALLA VALORIZZAZIONE IMMOBILIARE E ALLA TRASFORMAZIONE URBANA: IL RUOLO STRATEGICO DELLA PROPRIETÀ

- Hospitality come leva di rigenerazione urbana e territoriale
- Operazioni value added: riposizionamento, riconversione e nuovi sviluppi
- ESG, sostenibilità e impatto sul valore dell'asset
- Destinazioni emergenti e diversificazione geografica
- L'allineamento degli interessi tra proprietà e gestore come fattore critico di successo
- *Scaletta da confermare*

Antonio Re, Senior Associate - Acquisition **KERVIS SGR**

10.30 CATENE ALBERGHIERE, BRAND E MODELLI DI SVILUPPO PER MASSIMIZZARE IL ROI

- Evoluzione del ruolo delle catene nell'industria dell'hospitality
- Creazione di valore attraverso brand, piattaforme e know-how
- Management, franchising e modelli ibridi
- La scelta del brand nelle diverse fasi del ciclo di vita dell'investimento
- Relazione tra catena e proprietà: dalla valutazione del progetto alla firma dell'accordo

Giordano Nicoletti, Head of Hotels Operator Selection Europe & Consultancy Italy
CBRE HOTELS

11.00 Coffee break

11.20 IL RUOLO CHIAVE DEL MANAGEMENT PER GARANTIRE EFFICIENZA E REDDITIVITÀ DI ALBERGHI E IMMOBILI TURISTICI

- L'hotel tra business plan e posizionamento: la costruzione delle strategie manageriali
- La definizione del perimetro d'azione e dei modelli di pricing
- L'individuazione del target e delle sue specifiche esigenze per identificare gli elementi chiave dell'offerta
- La ricerca dei partner strategici e la valutazione degli standard per differenziare il prodotto e garantire l'unicità dell'offerta/del singolo asset
- L'integrazione tra format internazionali e modelli italiani di ospitalità
- Social media marketing ed e-commerce per affrontare la competizione digitale nell'hotellerie
- La condivisione dei modelli di sviluppo e di gestione finanziaria con la proprietà: dal contratto alla partnership

Cristina Painsi, Chief Executive Officer **LHM**

11.50 LA RELAZIONE TRA PROPRIETÀ E GESTIONE: IL CONTRATTO DI MANAGEMENT ALBERGHIERO E LE ALTRE OPZIONI DISPONIBILI

- La separazione tra proprietà e gestione in un'ottica di valorizzazione manageriale
- L'atipicità del contratto di management alberghiero
- Ruoli e responsabilità di Owner e Manager
- Assunzione del rischio d'impresa
- Differenze rispetto a locazione e affitto d'azienda
- Base fee, incentive fee e meccanismi di remunerazione
- Durata, rinnovi e strumenti di controllo economico-finanziario

Massimiliano Macaione, Partner - Responsible for the Hospitality Industry **GOP**

12.20 Spazio riservato alle domande del pubblico

12:30 Chiusura dei lavori

CLICCA QUI PER ISCRIVERTI