Milano-Cortina, le Olimpiadi non fanno il miracolo: niente boom per gli affitti brevi

Descrizione

default watermark

(Adnkronos) â?? Con lâ??avvio delle Olimpiadi Milano-Cortina, il mercato degli affitti turistici milanesi mostra giÃ con chiarezza i suoi equilibri reali. I dati ufficiali del Ministero del Turismo, ma anche provenienti da elaborazioni sui portali di prenotazione, sono stati elaborati dal Centro Studi SoloAffitti e indicano che oltre il 95% dellâ??offerta ricettiva cittadina Ã¨ composta da appartamenti senza servizi di ristorazione e che le strutture attive hanno raggiunto quota 18.800 a gennaio 2026, in crescita rispetto alle 17.600 del 2025 e alle 16.200 del 2024, ma senza alcun boom riconducibile allâ??evento olimpico.

Il quadro che emerge non Ã¨ quello di una rendita automatica legata allâ??Olimpiade, ma di un mercato giÃ ampio, saturo e competitivo, nel quale le prenotazioni si stanno effettivamente realizzando, ma premiano chi ha pianificato con prezzi realistici e una gestione strutturata, mentre chi ha puntato sullâ??effetto evento Ã¨ costretto a correggere le tariffe sotto data per intercettare la domanda.

I dati ufficiali del Ministero del Turismo, elaborati dal Centro Studi SoloAffitti, mostrano che oltre il 95% delle strutture ricettive attive a Milano Ã¨ composto da appartamenti senza servizi di ristorazione, mentre B&B tradizionali e hotel rappresentano una quota residuale. Le strutture attive sono 18.800 a gennaio 2026, in aumento rispetto alle 17.600 del 2025 e alle 16.200 del 2024, ma con un andamento progressivo e coerente con gli anni precedenti, senza alcuna accelerazione riconducibile allâ??appuntamento olimpico.

Il quadro che emerge Ã¨ quello di un mercato giÃ ampio e saturo, nel quale lâ??evento non crea rendite automatiche ma rende ancora piÃ¹ evidente la distanza tra operatori strutturati e proprietari meno organizzati.

Milano si conferma una cittÃ in cui lâ??ospitalitÃ in appartamento Ã¨ una componente strutturale del sistema turistico. Il 91% degli alloggi Ã¨ affittato per intero, prevalentemente con immobili di una o due stanze, e la composizione dellâ??offerta risulta sostanzialmente stabile nel tempo. Circa 4.000 alloggi, pari al 21% del totale, sono gestiti direttamente dai proprietari, un numero che non registra aumenti significativi nemmeno in vista delle Olimpiadi.

Parallelamente, il 56% dellâ??offerta Ã¨ gestito da operatori che amministrano piÃ¹ di sei immobili, segno di un mercato fortemente professionalizzato. Un dato che smentisce lâ??idea di una corsa generalizzata allâ??affitto breve legata allâ??evento e che racconta, piuttosto, una cittÃ in cui lâ??ingresso nel mercato avviene soprattutto attraverso strutture organizzate, con competenze gestionali e capacitÃ di pianificazione.

In un contesto cosÃ¬ competitivo, il tema dei prezzi diventa centrale. Lâ??analisi del Centro Studi SoloAffitti evidenzia che le tariffe piÃ¹ elevate, spesso richiamate nel dibattito pubblico, non rappresentano il cuore del mercato, ma una componente minoritaria, legata a logiche di posizionamento verso target specifici. A raccontare la dinamica reale sono invece le mode di prezzo, ovvero i livelli tariffari piÃ¹ frequentemente offerti, che mostrano uno scarto significativo tra strutture gestite professionalmente e strutture non professionali.

In un mercato saturo, le prenotazioni arrivano, ma non premiano chiunque. Gli operatori che hanno pianificato con prezzi coerenti e una lettura realistica della domanda riescono a intercettare i flussi, anche modulando in modo mirato le politiche di sconto. Al contrario, i proprietari che hanno puntato su tariffe elevate confidando in un effetto Olimpiadi automatico sono spesso costretti ad abbassare i prezzi sotto data, trasformando lo sconto in una leva difensiva piÃ¹ che strategica.

default watermark

In questo senso, lo sconto non segnala una crisi del mercato, ma la correzione di aspettative iniziali non allineate, con un impatto diretto sulla redditivitÃ e sulla capacitÃ di stare sul mercato nel medio periodo.

Un altro elemento che emerge dai dati riguarda il comportamento dei turisti. La prima settimana di prenotazioni risulta piÃ¹ occupata della seconda, suggerendo la presenza di una quota significativa di domanda last minute, ormai interiorizzata grazie alle piattaforme digitali. Un comportamento che premia chi Ã¨ in grado di adattare rapidamente prezzi e disponibilitÃ e penalizza chi rimane ancorato a schemi rigidi.

Anche nelle aree piÃ¹ prossime alle strutture olimpiche, il 76% degli alloggi continua ad accettare soggiorni di una o due notti, segno che gli operatori non stanno scommettendo su permanenze lunghe e continuative legate allâ??evento, ma su flussi brevi e frammentati.

Dal punto di vista territoriale, lâ??impatto dellâ??Olimpiade appare circoscritto. Nella zona di Porta Romana, destinata al Villaggio Olimpico, le strutture attive risultano circa il 30% in piÃ¹ rispetto a gennaio dello scorso anno. In altre zone centrali non direttamente coinvolte e in periferia, invece, lâ??offerta rimane sostanzialmente stabile.

Un dato che conferma come lâ??evento non stia ridisegnando la geografia dellâ??ospitalitÃ cittadina, ma stia incidendo solo su alcune micro-aree, lasciando invariata la struttura complessiva del mercato.

Â«I dati mostrano che le Olimpiadi non sono una scorciatoia â?? dichiara Silvia Spronelli, CEO di SoloAffitti â??. A Milano lâ??evento si inserisce in un mercato giÃ saturo e competitivo. Le prenotazioni ci sono, ma premiano chi pianifica, parte da prezzi realistici e conosce il comportamento dei turisti. Chi si affida solo allâ??effetto Olimpiadi rischia invece di dover rincorrere la domanda abbassando le tariffe, con un impatto diretto sulla redditivitÃ Â».

â??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione
Febbraio 5, 2026
Autore
redazione

default watermark