I cinesi fanno shopping di grandi alberghi storici

Gli investitori cinesi puntano sempre di più sul turismo, business in veloce crescita in Asia ma non solo. E naturalmente non si accontentano delle briciole, ma puntano decisi sui grandi alberghi storici, icone del turismo d'alta gamma. Qualche giorno fa, è stato il turno del simbolo dell'hotellerie newyorkese, il Waldorf Astoria: il gruppo Hilton l'ha ceduto al gruppo assicurativo cinese Anbag che ha sborsato ben 1,95 miliardi di dollari. Lo "shopping" è continuato a **Parigi, dove il gruppo cinese Kai Yuan Holdings ha acquisito per 344,5 milioni di Euro un altro hotel simbolo: il Marriott Champs-Elysées**.
La società Jones Lang LaSalle (Jll), che ha rappresentato il venditore, aveva previsto all'inizio dell'anno un incremento del 20% nel volume di transazioni nel settore alberghiero in EMEA. Detto fatto, nella sola Parigi JLL ha concluso nel 2014 transazioni per oltre un miliardo di Euro. Ora, il prossimo marchio storico del turismo che potrebbe cadere nella rete della finanza del dragone è Club Med, l'inventore dei villaggi vacanze, che ha risvegliato l'interesse del gruppo Fosun.