Turismo di lusso in Italia, il food & beverage rende l’Italia il mercato più attrattivo d’Europa

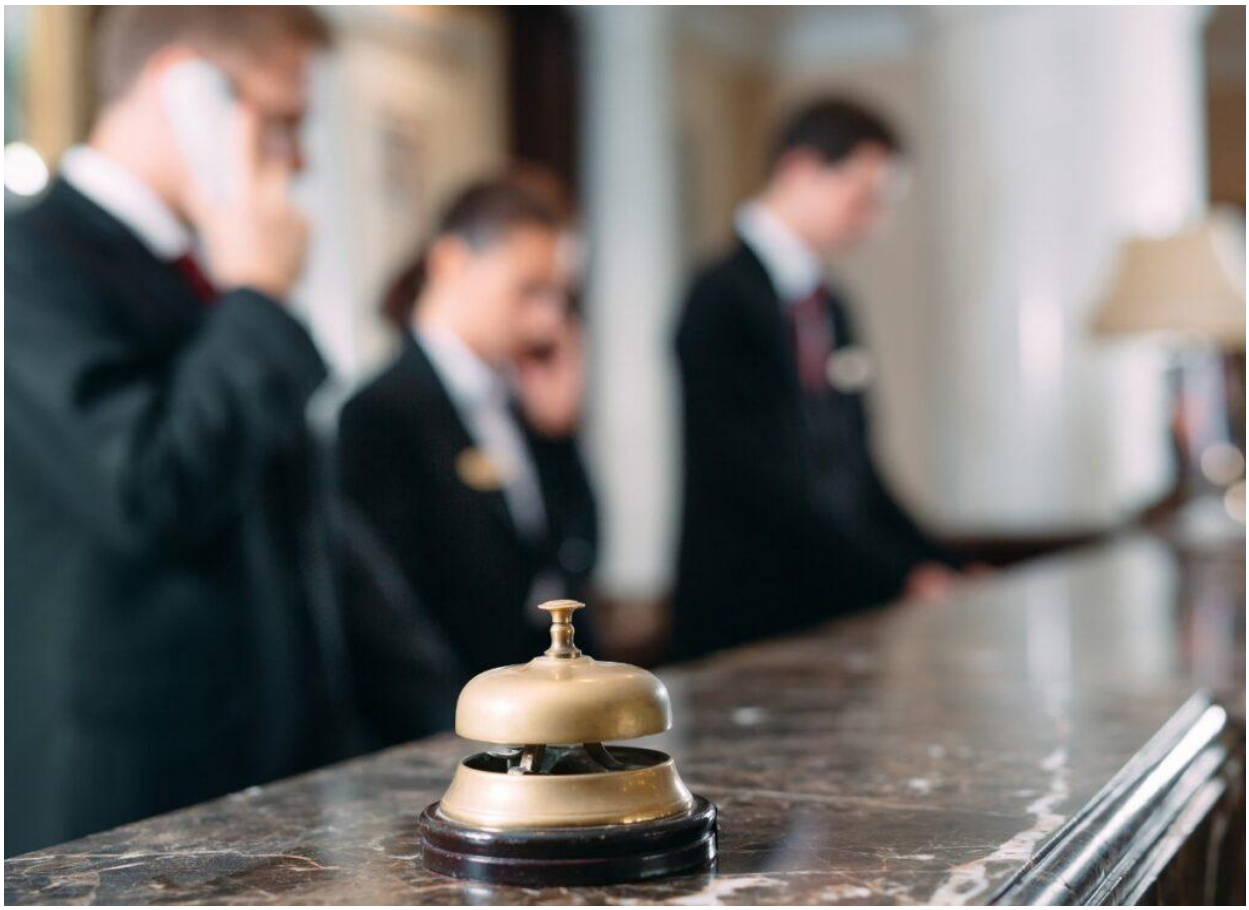
Secondo Deloitte sei investitori su dieci indicano il nostro Paese come la destinazione europea più interessante per l’hotellerie luxury. Lo studio riferisce anche che crescono gli investimenti in ristorazione, sostenibilità e valorizzazione dei territori

Nel turismo di lusso italiano non bastano più camere esclusive, spa e servizi personalizzati. A fare la differenza, oggi, sono soprattutto la **ristorazione** e la **sostenibilità ambientale**. È questa la fotografia che emerge dallo studio presentato da Deloitte in occasione dell’evento “**Luxury Hospitality Reloaded: Repositioning and Balancing Sustainability**”, in programma oggi pomeriggio a Milano e dedicato alle nuove strategie dell’hotellerie di alta gamma.

La prima notizia riguarda il posizionamento lusinghiero dell’Italia nel panorama europeo. Lo studio, infatti, riferisce che per il 60% degli investitori il nostro Paese è il mercato più attrattivo del continente per il settore luxury, davanti a Grecia (11%) e Portogallo (10%). Un dato che conferma la forza del brand Italia anche in una fase segnata da tensioni geopolitiche, aumento dei costi energetici e trasformazioni profonde della domanda turistica internazionale.

Secondo Deloitte, il settore alberghiero di fascia alta sta vivendo una fase di riposizionamento che

coinvolge sia gli immobili che l’intera esperienza di soggiorno, diventata più esigente. In questo contesto, assume notevole importanza il food & beverage e infatti, oltre il 70% degli operatori e degli investitori prevede nuovi investimenti nell’offerta gastronomica.



Oltre il 70% degli operatori e degli investitori prevede nuovi investimenti nell’offerta gastronomica.

Il cibo come leva competitiva dell’hotellerie luxury

Non si tratta soltanto di ampliare i servizi di ristorazione interna. L’obiettivo, sempre più spesso, è costruire esperienze gastronomiche capaci di rendere ancora più attrattive le strutture e rinsaldare il loro legame con il territorio. Partnership con chef riconosciuti, valorizzazione dei prodotti locali, sostenibilità e spazi dedicati alla mixology diventano strumenti strategici per intercettare una clientela internazionale alla ricerca di autenticità e personalizzazione.

«*La ricchezza e la varietà della cucina italiana rappresentano una leva competitiva importante per rafforzare il posizionamento delle strutture luxury*», osserva **Benedetto Puglisi**, director real estate & hospitality di Deloitte, sottolineando come il comparto food & beverage stia diventando uno degli elementi più rilevanti nei processi di riqualificazione alberghiera.

La crescita dell’interesse verso il turismo esperienziale spinge infatti gli hotel di alta gamma a uscire da una logica puramente ricettiva per trasformarsi in luoghi di relazione con il territorio, la

cultura gastronomica e le produzioni locali.

Gli investitori puntano a borghi, montagne e nuove destinazioni

Lo studio evidenzia anche un cambiamento geografico degli investimenti. Accanto alle città d’arte più consolidate come Roma, Milano, Venezia e Firenze, sta crescendo l’attenzione verso borghi rigenerati, territori montani e località meno battute dal turismo di massa.

Secondo **Angela D’Amico**, partner e real estate sector leader di Deloitte, il patrimonio culturale e paesaggistico italiano continua a rappresentare il principale fattore di attrazione per gli investitori internazionali. A favorire questa tendenza contribuisce anche l’ampia disponibilità di edifici storici e immobili di pregio da riconvertire in strutture ricettive di fascia alta.

Proprio gli edifici storici, tuttavia, pongono alcune criticità per i vincoli architettonici, gli alti costi di recupero e le difficoltà di accesso ai capitali da destinare ai progetti di riposizionamento.

I piccoli borghi tornano al centro dell’attenzione degli investitori (Foto © La G).

Sostenibilità: oltre il 21% degli investimenti destinato ai progetti ESG

L’altra grande direttrice di sviluppo riguarda la **sostenibilità**. Secondo Deloitte, oltre il 21% delle CapEx complessive nei progetti di riposizionamento luxury viene destinato a **iniziative ESG** e gestione responsabile delle risorse naturali.

Tra i criteri che migliorano l’immagine delle strutture e incidono sulla competitività economica ci sono l’efficienza energetica, la riduzione dei consumi idrici, le fonti rinnovabili e la gestione circolare dei rifiuti. Tra il 2024 e il 2025 le strutture con certificazioni ESG sono aumentate del 22%, mentre il 73% dei viaggiatori dichiara di voler generare benefici concreti per le comunità locali attraverso la propria spesa turistica, secondo dati Booking citati nello studio.

Le certificazioni ambientali di cui si dotano gli operatori del settore assumono importanza anche per attrarre investitori istituzionali e accedere alle principali linee di finanziamento.

L’ospite cerca esperienze personalizzate

Secondo **Fabio Giuffrida**, director di **Deloitte Climate & Sustainability**, sta cambiando profondamente anche il profilo della clientela luxury. Gli ospiti vogliono sentirsi speciali e quindi cercano esperienze costruite su misura, ma allo stesso tempo vogliono che il soggiorno abbia ricadute positive sul territorio e sulle comunità locali.

Una trasformazione che, nei prossimi anni, potrebbe ridefinire il modello stesso dell’ospitalità italiana di fascia alta.

Data di creazione
11/05/2026
Autore
enzo-radunanza