

---

Michele Pozzi  
Ufficio Stampa Deloitte  
Tel: +39 342 154 0357  
Email: [mpozzi@deloitte.it](mailto:mpozzi@deloitte.it)

Tommaso Filippi, Michele Cartisano, Sante Di  
Giannantonio, Letizia Castiglioni, Michela Russo,  
Giacomo Agostinelli  
Omnicom PR Group  
Tel: +39 3240021567, +39 3408524741, +39338  
8872351  
Email: [deloitte-ita@omnicomprgroup.com](mailto:deloitte-ita@omnicomprgroup.com)

---

## **Deloitte: Italia prima in Europa per numero di alberghi**

### **Nel 2023 previsti oltre 100 milioni di investimenti**

- Elevato interesse da parte degli investitori verso gli hotel di città e i resort posizionati nel segmento Luxury
- Il modello gestionale prevalente nell'hospitality italiana è la Gestione Diretta, con una tendenza sempre più elevata verso il Franchise Agreement per facilitare l'apertura a nuovi mercati internazionali
- Oltre il 40% delle strutture alberghiere prevede una crescita di fatturato tra il 3% e il 12% per la fine del 2023
- Costi energetici, la difficoltà a reperire personale e il peggioramento delle condizioni di credito sono considerate le prime tre minacce alla crescita del mercato alberghiero italiano
- Il 57% degli intervistati ritiene che l'industria alberghiera italiana non stia facendo abbastanza in termini di politiche di sostenibilità ambientale
- Il 94% degli hotel intervistati hanno adottato iniziative volte al risparmio energetico
- Prezzi elevati degli immobili, costo del debito e burocrazia le principali criticità che frenano gli investimenti alberghieri in Italia

**Milano, 27 Luglio 2023** – Oltre 32.000: è questo il numero di strutture del settore alberghiero in Italia. Un numero che fa del nostro Paese il più grande mercato europeo in termini di offerta turistica. E un record che attira molti investitori, i quali, per il 2023, si dichiarano pronti a investire una cifra che raggiunge i 100 milioni di euro. Non a caso, entro la fine del 2023 oltre il 40% delle strutture alberghiere italiane prevede una crescita di fatturato tra il 3% e il 12%. È quanto emerge dal report **“Italian Hospitality Market”**, lo studio condotto da **Deloitte** su oltre 400 attori dell'industria alberghiera italiana.

*«Dall'analisi emerge uno scenario molto positivo per quanto riguarda il mercato alberghiero italiano: i gruppi già presenti sul territorio nazionale stanno cercando di ampliare la loro presenza, mentre gli altri cercano di fare il loro primo ingresso nel mercato con l'obiettivo di crescere rapidamente»*, dichiara **Angela D'Amico**, **Partner e Real Estate Sector Leader** di Deloitte Italia.

**Le differenze tra aree geografiche** – Per quanto riguarda le aree geografiche di maggiore interesse, Nord e Centro Italia vengono preferite dal 58% degli investitori in cerca di asset con rendimenti più stabili, mentre l'86% dei gruppi alberghieri intervistati hanno espresso la propria preferenza per il Centro e il Sud, in quanto rappresentano mercati meno saturi. Le città principali, come Roma, Milano, Firenze e Venezia, sono le mete più ambite sia da investitori che dai gruppi alberghieri, seguite dalle località “Sun & Sand” e dai laghi. Per le altre località, invece, si rileva una difformità di preferenze: gli investitori hanno mostrato un interesse maggiore verso hotel situati in città primarie e in prossimità di mare, seguite dai laghi, con preferenze rispettivamente del 88%, 67% e 38% mentre i gruppi alberghieri sono attratti da investimenti nelle città secondarie.

**I diversi modelli gestionali** – L'indagine offre anche un'analisi dettagliata dei diversi modelli gestionali alberghieri adottati, tra i quali emerge quello a Gestione Diretta e il management agreement che registrano una percentuale pari al 33%. Tuttavia, l'ingresso di nuovi investitori con capitali importanti sta facendo aumentare la diffusione del Management Contract. Dal punto di vista della proprietà, uno dei principali vantaggi di tale modello consiste nel potersi servire di un Know-How specialistico di settore, promuovendo e commercializzando la propria struttura attraverso canali internazionali e un marchio riconosciuto dal mercato. Di contro, lo svantaggio principale è legato al rischio di impresa, che esercita un peso ancora importante nella scelta della formula di management, disincentivando i proprietari delle strutture ad adottare questo modello.

**L'attenzione alla sostenibilità ambientale** – Analizzando le politiche di sostenibilità ambientale, tutti i soggetti coinvolti concordano sulla rilevanza della tematica. Tuttavia, circa il 60% degli intervistati ritiene che l'attuale impegno delle aziende alberghiere italiane verso la sostenibilità sia ancora insufficiente. Un dato molto rilevante, soprattutto se si rapporta alla consapevolezza degli intervistati sull'impatto positivo che tali iniziative hanno sia sulla riduzione dei costi, prevalentemente legati al risparmio energetico, sia sull'incremento dei ricavi. Per essere sempre più competitivi nel panorama turistico internazionale, dunque, l'adeguamento delle strutture ai moderni criteri di sostenibilità diventa un elemento su cui oggi non si può più prescindere.

*«Il settore si trova di fronte a un contesto particolarmente positivo, in cui convergono gli interessi di tutti i player coinvolti: gli investitori pronti a destinare importanti capitali al mercato alberghiero italiano, i gruppi sempre più intenzionati a espandersi nel Paese e i direttori dei singoli hotel che vedono con grande ottimismo l'aumento delle performance gestionali nei prossimi anni», commenta D'Amico. «Nonostante vi siano alcuni aspetti che possono minacciare questa crescita, tra i quali l'aumento dei costi energetici, il deterioramento delle condizioni di credito, le difficoltà di reperimento di personale qualificato e l'inflazione che influisce sugli investimenti, ci sono tutti i presupposti affinché le strutture del Bel Paese possano migliorare la propria competitività con i player più importanti a livello mondiale», conclude la Real Estate Sector Leader di Deloitte.*

## **Metodologia**

Per fornire un'ampia panoramica di settore, Deloitte ha condotto un'indagine tramite la somministrazione di un questionario a domande chiuse, coinvolgendo circa 400 attori dell'industria alberghiera italiana suddivisi per categoria: investitori, gruppi alberghieri e general manager di singole strutture. Le domande sono state rivolte ad indagare diverse tematiche di settore con particolare attenzione al sentiment sulle tendenze future del mercato, ai modelli gestionali, alle performance di mercato attese e alle politiche di sostenibilità ambientale.