Destination Luxury: il futuro del turismo di lusso? Sostenibile, esperienziale e a impatto positivo

0t1a5606

Il turismo di lusso sta vivendo una trasformazione epocale. I viaggiatori alto spendenti non cercano più solo esperienze esclusive, ma desiderano che il loro impatto sia positivo e significativo. **L’equazione tra lusso e ostentazione sta lasciando spazio a un nuovo paradigma fatto di sostenibilità, autenticità ed esperienze su misura**.

Il lusso è un segmento imprescindibile per la travel industry e il suo valore si attesta al 22% della spesa turistica complessiva in Europa (dati 2023, Barbera Group Real Estate). In Italia rappresenta il 3% del Pil nazionale, il 15% del fatturato totale dell’hotellerie e il 25% della spesa turistica totale diretta e indiretta (Fonte Iriss-Cnr). Secondo Global Market Insights, **il mercato del turismo di lusso, pari a 20 miliardi di dollari nel 2022, avrà un tasso composto annuo di crescita superiore al 15% fino al 2032 secondo le più recenti stime**.

A tracciare un quadro di questa trasformazione sono stati gli operatori del settore, protagonisti della prima edizione di DESTINATION LUXURY: Sustainable Travel Experience, che si è tenuto presso l'Auditorium Testori di Regione Lombardia a Milano. Il dibattito ha spaziato dall’hotellerie alle nuove esigenze di mobilità dei viaggiatori, mettendo in luce le ultime tendenze del turismo di alta gamma. **Organizzato da SG Company e Guida Viaggi**, l’evento ha coinvolto circa 300 partecipanti, tra cui aziende, tour operator, agenzie di viaggi, operatori della mobilità e consumatori. L’evento è stato realizzato con profonda attenzione all’ambiente, coerentemente con i temi presentati, attraverso una gestione totalmente paper free grazie alla tecnologia Nft che ha permesso le iscrizioni in modo sicuro grazie alla blockchain. L’impatto dell’evento è stato compensato in collaborazione con Up2You.

La rivoluzione dei Travel Transformer

Una nuova generazione di viaggiatori sta riscrivendo le regole del settore. **I cosiddetti "travel transformer" privilegiano esperienze immersive, con un’attenzione particolare all’ambiente e alle comunità locali**. Vogliono soggiorni che siano rigenerativi, contribuendo attivamente alla conservazione del territorio e alla crescita economica delle destinazioni visitate. Gli hotel e le

destinazioni di alta gamma stanno rispondendo a questa esigenza ripensando il concetto stesso di esclusività. Le strutture più all'avanguardia stanno implementando pratiche di sostenibilità avanzate, dall'uso di materiali eco-friendly alla riduzione dell'impronta di carbonio, fino a esperienze di viaggio che favoriscono il turismo lento e il contatto autentico con le culture locali.

Dati e tendenze: il lusso che fa bene

Secondo recenti studi di mercato, **il 70% dei viaggiatori alto spendenti considera la sostenibilità un fattore chiave nelle loro scelte di viaggio**. L'industria risponde con investimenti mirati in ospitalità green, esperienze culturali esclusive e soluzioni tecnologiche per ridurre gli sprechi e migliorare la qualità del servizio. Questa evoluzione non è una semplice tendenza, ma una ridefinizione strutturale del mercato. Il lusso, nel futuro, non sarà solo sinonimo di esclusività ma di responsabilità. Le destinazioni che sapranno interpretare questo cambiamento saranno quelle che attireranno i viaggiatori più esigenti e consapevoli.

"Sono davvero molto felice di aver dato vita a questo evento - dice **Veronica De Luca**, head of format di SG Company- e dei suoi risultati. Vedere una platea così gremita significa che l'attenzione all'ambiente e la condivisione dei valori ESG non sono più solo parole o articoli di giornale per "pulire" la coscienza collettiva, ma stanno diventando parte del quotidiano di ognuno. L'attenzione a queste tematiche è uno dei prerequisiti della clientela upper level al momento della scelta della destinazione di viaggio o di una experience. In SG Company lo sappiamo da sempre e siamo felici di vedere che sta diventando un driver di confronto e scelta cui dare sempre più importanza".

"Guida Viaggi da sempre si impegna a monitorare e dare una visione di anticipazione dei cambiamenti nel settore dei viaggi. Questo primo appuntamento dà avvio a un percorso di confronto sui temi del lusso e della sostenibilità, sempre più attenzionati dalla travel industry", dichiara **Paolo Bertagni**, presidente di GiVi srl.

I commenti dei partner

"Il lusso sostenibile è il cuore del nostro progetto, in cui eleganza e responsabilità convivono in perfetta armonia. Le nostre residenze d'élite, immerse nella natura, sono realizzate con materiali locali e tecnologie a basso impatto. Proteggiamo la biodiversità con iniziative mirate, riduciamo gli sprechi e investiamo nella comunità locale, creando un legame autentico tra ospiti e territorio. Il nostro approccio dimostra che il vero lusso non è solo comfort ed esclusività, ma anche rispetto per l'ambiente e valorizzazione delle culture locali, per un futuro più consapevole" ha commentato **Evgenio Dendrinos**, managing directore di Temes.

"La transizione verso un turismo sostenibile -ha spiegato **Laura Testa**, sales promotion specialist di Repower- non è solo una questione di sensibilità, ma richiede infrastrutture adeguate, modelli di business sostenibili e una visione d'insieme. In Repower lavoriamo affinché la mobilità elettrica e il cicloturismo non siano semplici servizi, ma strumenti per costruire un ecosistema turistico più competitivo e integrato, promuovendo l'adozione di mezzi sostenibili che generino valore per le

strutture ricettive anche attraverso l’integrazione dell’energia rinnovabile. Con il network DINAclub e il circuito Repower Charging Net, ci poniamo come abilitatori di relazioni tra gli stakeholder del territorio, promuovendo un approccio da Destination Management Organization (Dmo). Ragionare in ottica di destinazione, anziché su iniziative isolate, rafforza l’identità locale e rende l’offerta più attrattiva. Il vero cambio di passo avverrà quando sostenibilità e competitività saranno riconosciute come complementari. Per questo è essenziale una collaborazione più stretta tra il settore energetico, il turismo e le istituzioni”.

"La Slovenia sta posizionando la propria offerta turistica di fascia alta - ha spiegato **Aljoša Ota**, direttore Ente Sloveno per il Turismo in Italia puntando su esperienze esclusive legate alla natura, al benessere personale e alla gastronomia sostenibile. Lusso e sostenibilità si fondono in strutture eco-friendly, boutique hotel e retreat immersi in scenari naturali incontaminati. Le strategie di marketing includono collaborazioni con grandi associazioni internazionali di tour operator, uno storytelling autentico basato sugli elementi naturali in Slovenia, oltre a una forte presenza digitale per attrarre viaggiatori sofisticati in cerca di esperienze uniche e personalizzate. La Slovenia si distingue enfatizzando la sua autenticità, il turismo attivo e il concetto di "green boutique tourism".

Per chi voglia vivere qualcosa di veramente unico, esclusivo, autentico, abbiamo creato l’etichetta Slovenia Unique Experiences, che significa esperienze uniche a 5 stelle. Le regole rigorose per l’assegnazione del marchio garantiscono al viaggiatore di poter vivere la storia in modo personale, nella sede originale, a contatto con la gente del posto, secondo una modalità che non è stata presa da altre parti e che è in linea con i principi sostenibili del turismo".