Da Gilli a Imàgo: i grandi indirizzi italiani si reinventano attraverso il food

Non si tratta di nuove aperture, ma di una ridefinizione dell'identità. Forbes Italia racconta come alcuni luoghi simbolo dell'ospitalità e della ristorazione italiana stiano utilizzando il food & beverage per ripensare il proprio ruolo sul mercato. Tra i casi citati figurano il Caffè Gilli di Firenze, storico punto di riferimento della città, Villa San Michele aBelmond Hotel, che rafforza il dialogo tra ospitalità e alta cucina nel contesto fiesolano, e Imàgo, il ristorante dell'Hotel Hassler di Roma, da anni tra gli indirizzi gastronomici più rappresentativi della capitale. Realtà diverse per storia e posizionamento, accomunate dalla volontà di trasformare la ristorazione in un elemento centrale della propria proposta.

Il cambiamento non riguarda soltanto il lusso. Sempre più spesso il food viene utilizzato come strumento di riposizionamento e costruzione dell'identità, anche in contesti che dispongono già di una forte reputazione. Per decenni bastavano il prestigio dell'indirizzo, la posizione o la tradizione. Oggi il cliente chiede una ragione in più per attraversare la città, prenotare un tavolo o tornare. È per questo che caffè storici, hotel iconici e ristoranti affermati investono sempre più nella costruzione di un racconto gastronomico distintivo. Non perché il food sia diventato accessorio, ma perché è spesso il primo elemento attraverso cui un luogo riesce ancora a rinnovare la propria rilevanza culturale.