CAMERA DI COMMERCIO ITALIANA PER L'UNGHERIA
MAGYARORSZÁGI OLASZ KERESKEDELMI KAMARA
CAMERE DI COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO

HOTELLERIE E CONTRACT IN UNGHERIA

10/2026

Hotellerie & Contract in Ungheria

Negli ultimi anni, il mercato dell'accoglienza e dell'ospitalità in Ungheria ha intrapreso una traiettoria di crescita costante, consolidandosi come uno dei comparti più dinamici ed evoluti dell'Europa centrale. Al centro di questo sviluppo vi è Budapest, ormai affermata a livello internazionale come un nodo strategico, capace di intercettare tanto la domanda legata ai viaggi di piacere quanto quella degli eventi e congressi aziendali.

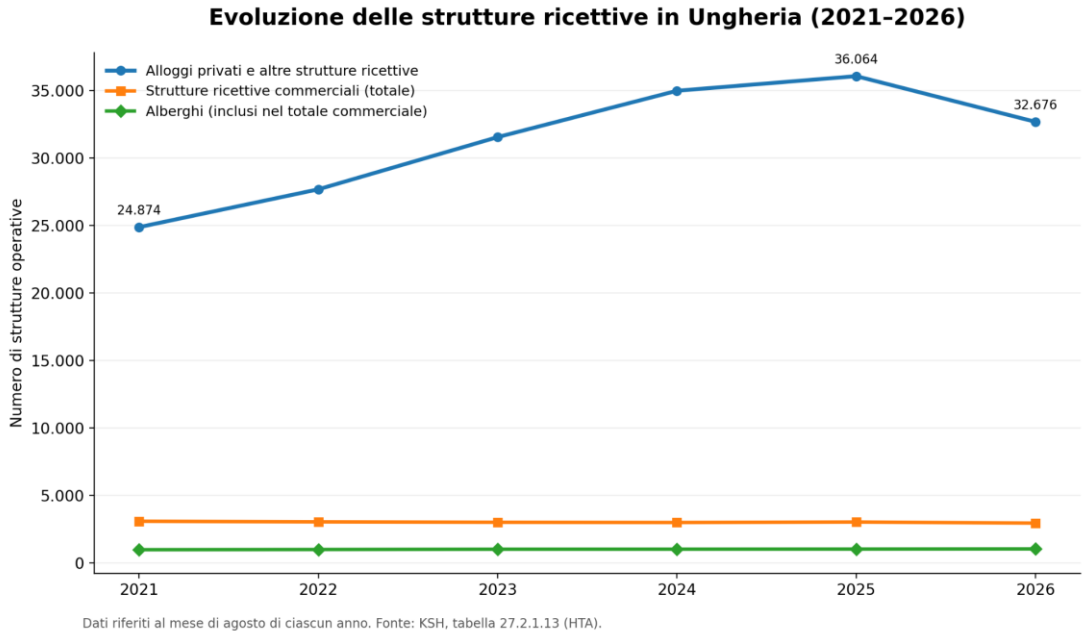
Accanto all'attrattività della capitale e all'incremento costante degli arrivi, il settore sta vivendo una duplice transizione. Da un lato, si registra una decisa crescita e professionalizzazione delle formule di accoglienza alternativa, in particolare degli alloggi privati e degli appartamenti a uso turistico. Dall'altro, si assiste alla profonda valorizzazione della storica vocazione termale del Paese: tanto a Budapest quanto nei poli regionali, gli stabilimenti termali hanno subito un'evoluzione, in senso positivo, dalla tradizionale dimensione curativa verso un modello di alta gamma, fatto di *boutique hotel* benessere e resort termali. Questa transizione pone il comparto di fronte a un vero e proprio imperativo di ammodernamento. L'ingresso di catene internazionali a 4 e 5 stelle, insieme all'esigenza di posizionarsi su fasce di mercato ad alta capacità di spesa, impone a molte strutture storiche e alberghi regionali una radicale riqualificazione.
In questo scenario di trasformazione qualitativa si inserisce una concreta finestra di opportunità commerciale per la filiera del *Made in Italy*. L'industria italiana, globalmente rinomata per l'eccellenza del *design* e delle forniture su misura, si candida come *partner* per architetti, *developer* e gestori ungheresi.

Il presente documento intende fornire una mappa strategica delle principali dinamiche settoriali, evidenziando dove e come le imprese italiane possano intercettare la domanda locale e consolidare la propria presenza sul mercato ungherese.

Il turismo ungherese in crescita

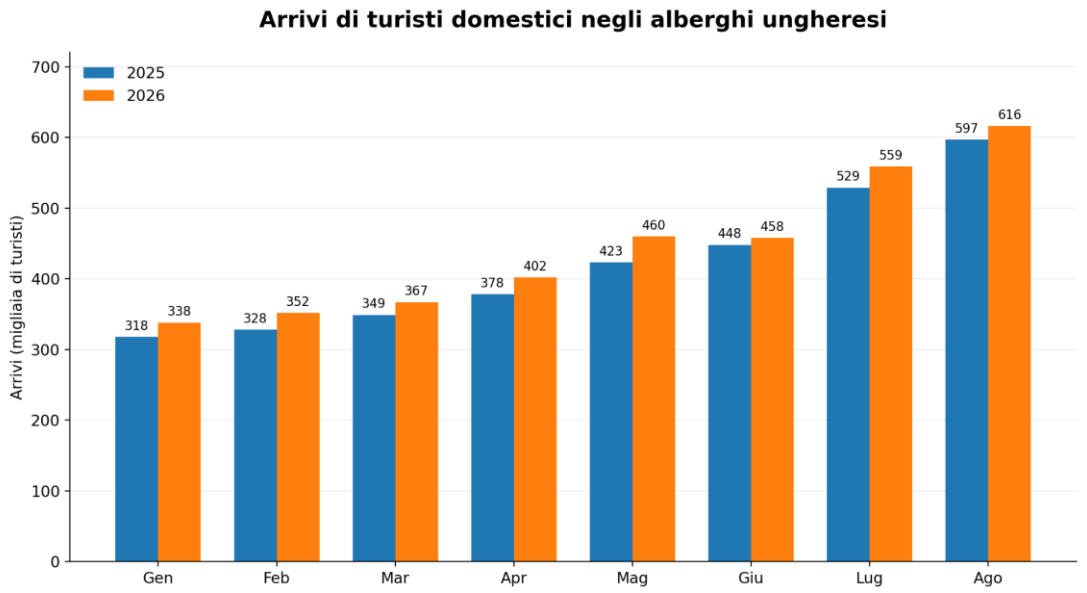
Nel periodo 2021–2026, il settore ricettivo ungherese ha registrato delle trasformazioni strutturali. Il comparto alberghiero tradizionale ha mostrato una crescita graduale negli anni successivi alla pandemia: considerando il mese di agosto, il numero di alberghi operativi è passato da 973 unità nel 2021 a 1.034 nel 2026, registrando un incremento complessivo del 6,3%. Parallelamente, il numero totale delle strutture ricettive commerciali ha mostrato oscillazioni relativamente contenute, passando da 3.081 unità nell'agosto 2021 a 2.945 nell'agosto 2026 (Központi Statisztikai Hivatal [KSH], 2026, Tabelle 27.2.1.13).

Un'evoluzione particolarmente significativa ha interessato il segmento degli alloggi privati e delle altre strutture ricettive. Il numero complessivo di queste strutture è aumentato da 24.874 unità nell'agosto 2021 a 36.064 nell'agosto 2025, per poi diminuire a 32.676 nell'agosto 2026. Nonostante la recente contrazione, il segmento registra una crescita complessiva del 31,4% rispetto al 2021. Tale andamento evidenzia una trasformazione della struttura dell'offerta ricettiva ungherese, caratterizzata da una maggiore presenza di forme di ospitalità alternative rispetto al periodo precedente (KSH, 2026, Tabella 27.2.1.13).



Dati riferiti al mese di agosto di ciascun anno. Fonte: KSH, tabella 27.2.1.13 (HTA).

Sul fronte della domanda turistica, i dati relativi agli arrivi domestici evidenziano un andamento positivo del comparto alberghiero. Nel primo semestre del 2026, gli alberghi ungheresi hanno registrato complessivamente circa 3,55 milioni di arrivi di turisti domestici, con un incremento del 5,4% rispetto allo stesso periodo del 2025. La distribuzione mensile degli arrivi conferma inoltre una marcata stagionalità, con una concentrazione significativa della domanda durante i mesi estivi. Nell'agosto 2026, gli alberghi hanno registrato circa 616.000 arrivi domestici, pari a un aumento del 3,2% su base annua. Considerando l'insieme delle strutture ricettive commerciali, gli arrivi domestici nello stesso mese hanno raggiunto circa 933.000 unità (KSH, 2026, Tabella 27.2.1.14).



Gennaio–agosto 2025 e 2026. Fonte: KSH, tabella 27.2.1.14 (HTA).
Gennaio–agosto 2026: 3,553 milioni di arrivi (+5,4% rispetto al 2025).

Questi risultati confermano il ruolo centrale del comparto alberghiero nella domanda turistica domestica e il progressivo rafforzamento dei flussi nel periodo considerato. Al contempo, i cambiamenti nella composizione dell'offerta ricettiva evidenziano la necessità di approfondire le dinamiche competitive del settore e di valutare possibili strategie di modernizzazione, differenziazione e miglioramento della qualità delle strutture alberghiere.

Budapest, tra la crescita del mercato alberghiero e le opportunità di investimento

Il mercato immobiliare alberghiero nell'area dell'Europa Centrale e Orientale ha evidenziato una fase di marcato dinamismo, con Budapest che si conferma tra le piazze più performanti in termini di flussi turistici e redditività per camera disponibile. Secondo le analisi di Cushman & Wakefield (2025), l'offerta alberghiera della capitale ungherese è aumentata del 2,8% su base annua, mentre gli investimenti nel settore alberghiero ungherese hanno registrato una crescita del 148% rispetto al 2024.
A livello regionale, le transazioni immobiliari si sono concentrate prevalentemente nei segmenti di fascia medio-alta, evidenziando un marcato interesse degli investitori per le strutture ricettive a quattro e cinque stelle (CBRE, 2025; Cushman & Wakefield, 2025). Tali evidenze trovano riscontro nei rapporti di analisi economica e immobiliare specializzata, i quali sottolineano come la fiducia degli investitori istituzionali continui a premiare le capitali della regione in virtù di fondamentali turistici solidi e di una crescente attrattiva internazionale.

Evoluzione dell'ospitalità esperienziale: poli termali, Balaton e domanda di *design contract*

L'evoluzione dell'offerta turistica nell'area del Lago Balaton è caratterizzata da una progressiva transizione dal tradizionale modello balneare stagionale verso una proposta di ospitalità di fascia superiore, orientata a intercettare una clientela ad alta capacità di spesa. Per ridurre la forte concentrazione dei flussi nei soli mesi estivi e promuovere l'attrattività distribuita su tutto l'arco dell'anno, gli operatori locali e gli investitori istituzionali stanno puntando sullo sviluppo di resort a quattro e cinque stelle, *boutique hotel* e strutture integrate con centri congressi ed eccellenze enogastronomiche (Cushman & Wakefield, 2025; Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége [MSZÉSZ], 2024). In questa strategia di destagionalizzazione, la componente del benessere ricopre un ruolo determinante: la realizzazione di moderne spa coperte, aree termali interne e *suite* concepite per il *relax* consente di mantenere elevati i tassi di occupazione anche nei periodi più freddi (Magyar Turisztikai Ügynökség [MTÜ], 2021). Questa trasformazione verso modelli qualitativi elevati genera un fabbisogno concreto di arredi e soluzioni all'avanguardia.
Il turismo termale ungherese sta vivendo un profondo cambio di paradigma, evolvendo dalla classica concezione terapeutico-sanitaria verso un modello contemporaneo incentrato sul lusso esperienziale e sul *wellness lifestyle.* Questo processo interessa in modo capillare sia l'area urbana di Budapest, custode di un celebre patrimonio di stabilimenti storici, sia i primari poli regionali quali Hévíz, Bük, Sárvár e Hajdúszoboszló, dove gli hotel annessi alle sorgenti termali stanno affrontando un processo di ammodernamento (MTÜ, 2021). Per questo le strutture necessitano di una radicale riqualificazione degli spazi dedicati alla cura del corpo e all'accoglienza. Ne scaturisce dunque una domanda altamente qualificata di soluzioni tecniche e di *design* d'avanguardia, come superfici ceramiche antiscivolo ad

altissima resistenza alle acque mineralizzate, rubinetteria e impianti docce emozionali di fascia alta, allestimenti su misura, ambiti nei quali la manifattura italiana rappresenta il punto di riferimento per eccellenza (ICE, 2023).

Opportunità e prospettive di sviluppo per le imprese italiane nel mercato ungherese

Il mercato alberghiero ungherese rappresenta un'interessante opportunità per le imprese italiane specializzate nel *design*, nell'arredamento e nelle forniture *contract*, soprattutto in relazione allo sviluppo delle strutture di fascia alta e ai progetti di riqualificazione. La presenza italiana nel settore è già documentata attraverso importanti collaborazioni nel campo dell'architettura e dell'*interior design.* Un esempio significativo è il Dorothea Hotel di Budapest, inaugurato nel 2023 e appartenente alla *Autograph Collection di Marriott International*, il cui progetto architettonico è stato affidato all'architetto italiano Piero Lissoni (Lissoni & Partners, 2023; Marriott International, 2023). Un'ulteriore testimonianza è rappresentata dall'azienda italiana Frigerio, che ha contribuito all'arredamento del Melea Hotel a cinque stelle di Sárvár, inaugurato nel 2024, fornendo elementi d'arredo per le aree comuni in collaborazione con lo studio ungherese *Arkhenea Interior Design* (Frigerio, 2024). Anche Natuzzi, attraverso la propria *Projects Division*, documenta un intervento nel settore *hospitality* presso l'Hotel Essence di Pogány nel 2025 (Natuzzi, 2025). Questi progetti dimostrano come le competenze italiane siano già presenti nel mercato ungherese, soprattutto attraverso forniture specializzate e collaborazioni con progettisti e operatori locali.
Le opportunità di sviluppo si inseriscono in un contesto di relazioni economiche consolidate tra Italia e Ungheria.
Secondo i dati pubblicati dall'Ambasciata d'Italia a Budapest (2025), nel 2024 l'interscambio commerciale bilaterale ha raggiunto circa 13,5 miliardi di euro, con l'Italia che si colloca tra i principali *partner* commerciali dell'Ungheria. Le esportazioni italiane comprendono una quota significativa di manufatti, macchinari e attrezzature, categorie che possono includere prodotti e tecnologie destinati anche alla filiera alberghiera (Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale [MAECI], 2025). Inoltre, la presenza di strutture istituzionali di supporto, tra cui l'Agenzia ICE di Budapest (2026), favorisce l'accesso delle imprese italiane alle informazioni di mercato e alle opportunità di collaborazione economica.
Sebbene questi dati riguardino l'insieme degli scambi commerciali e non esclusivamente il comparto *hospitality*, essi evidenziano l'esistenza di relazioni economiche già consolidate, che possono facilitare lo sviluppo di ulteriori *partnership* settoriali.
In prospettiva, le possibilità di espansione per il *Made in Italy* appaiono particolarmente interessanti nei segmenti di fascia alta, del turismo *wellness* e della riqualificazione delle strutture esistenti. I progetti alberghieri già realizzati dimostrano la possibilità di integrare il *design* italiano nell'offerta ricettiva ungherese, mentre l'evoluzione del mercato può generare nuove opportunità per produttori di mobili su misura, illuminazione, ceramiche, rivestimenti, arredo bagno e soluzioni tecnologiche per l'efficienza energetica. Per le imprese italiane, l'accesso a queste opportunità potrebbe avvenire attraverso collaborazioni con investitori alberghieri, sviluppatori immobiliari, studi di architettura, *interior designer* e *general contractor* locali. Tuttavia, per valutare concretamente il potenziale commerciale dei singoli segmenti sarà necessario approfondire i progetti di investimento programmati, le modalità di selezione dei fornitori e il posizionamento competitivo delle aziende italiane rispetto agli operatori già presenti sul mercato.

Strategie di accesso al mercato alberghiero e *contract* in Ungheria

L'ingresso nel mercato alberghiero ungherese richiede un'attenta conoscenza della filiera dell'ospitalità e dei soggetti coinvolti nei processi decisionali e di approvvigionamento. Il ruolo di ciascun operatore varia in funzione dell'organizzazione del progetto, delle responsabilità contrattuali e delle specifiche esigenze della struttura. Per questo motivo, l'individuazione degli interlocutori più appropriati rappresenta un passaggio fondamentale per definire una strategia commerciale efficace.

Una prima modalità di accesso consiste nello sviluppo di collaborazioni dirette con studi di progettazione, sviluppatori immobiliari e imprese specializzate. Questa strategia può risultare particolarmente interessante per i produttori italiani di arredi su misura, illuminazione architettonica, ceramiche, rivestimenti e soluzioni per il *wellness*, che possono proporre i propri prodotti già durante le fasi di progettazione e definizione delle specifiche tecniche.

Parallelamente, la collaborazione con importatori, distributori e rappresentanti commerciali locali può facilitare l'accesso al mercato, soprattutto per le piccole e medie imprese che non dispongono di una presenza stabile in Ungheria. La disponibilità di *partner* locali può inoltre contribuire alla gestione delle attività logistiche, dell'installazione, dell'assistenza post-vendita e delle relazioni con i clienti.

Un ulteriore elemento di supporto è rappresentato dalla rete istituzionale e commerciale italo-ungherese. L'Agenzia ICE, attraverso il proprio ufficio di Budapest, offre servizi di informazione sui mercati esteri, ricerca di clienti e partner commerciali e assistenza alle imprese italiane nei processi di internazionalizzazione. Anche la Camera di Commercio Italiana per l'Ungheria (CCIU) svolge un ruolo di collegamento tra operatori economici italiani e ungheresi, attraverso attività di ricerca di *partner*, analisi di mercato e supporto allo sviluppo commerciale. Per le imprese interessate a investimenti diretti o all'insediamento nel Paese, la *Hungarian Investment Promotion Agency* (HIPA, 2025) mette inoltre a disposizione servizi di consulenza, informazioni sulle opportunità di investimento e assistenza nell'individuazione di fornitori.

L'utilizzo coordinato di questi strumenti, insieme a un'analisi preliminare dei progetti alberghieri e degli operatori coinvolti, può contribuire a ridurre le difficoltà iniziali di accesso al mercato e a favorire la costruzione di collaborazioni commerciali durature.

Bibliografia:

Ambasciata d'Italia a Budapest. (2025). *Diplomazia economica e interscambio commerciale Italia–Ungheria*. Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale. https://ambbudapest.esteri.it

Camera di Commercio Italiana per l'Ungheria. (s.d.). *Camera di Commercio Italiana per l'Ungheria: Home*. https://cciu.com

CBRE. (2025). *European real estate market outlook 2025: Hotels*. CBRE Research. https://www.cbre.com/insights/books/european-real-estate-market-outlook-2025/hotels

Cushman & Wakefield. (2025). *CEE hospitality MarketBeat H2 2025: Hotels & hospitality Hungary*. Cushman & Wakefield Research. https://www.cushmanwakefield.com

Frigerio. (2024). *Melea – The Health Concept Hotel, Sárvár: Progetti contract e arredo su misura*. Frigerio Salotti. https://www.frigeriosalotti.it

Hungarian Investment Promotion Agency. (s.d.). *Our services*. https://hipa.hu/our-services

ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane. (2023). *Nota di mercato: Arredamento, finiture per l'edilizia e contract in Ungheria*. Ufficio ICE di Budapest. https://www.ice.it

ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane. (2026). *Servizi per l'internazionalizzazione e promozione del Made in Italy nel mondo*. Agenzia ICE. https://www.ice.it

Központi Statisztikai Hivatal. (2026a). *Capacity of tourist accommodation establishments by type (monthly data)* (Tabella 27.2.1.13) [Set di dati]. KSH Statisztikai Adatbázis. https://www.ksh.hu

Központi Statisztikai Hivatal. (2026b). *Tourist arrivals at tourist accommodation establishments (monthly data)* (Tabella 27.2.1.14) [Set di dati]. KSH Statisztikai Adatbázis. https://www.ksh.hu

Lissoni & Partners. (2023). *Dorothea Hotel Budapest, Autograph Collection: Interior design and architecture*. Lissoni Casal Ribeiro. https://www.lissoniandpartners.com

Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége. (2024). *Trendriport: A hazai szállodaipar teljesítménye és beruházásai*. MSZÉSZ. https://mszesz.hu

Magyar Turisztikai Ügynökség. (2021). *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 – Turizmus 2.0*. MTÜ. https://mtu.gov.hu/dokumentumok/NTS2030_Turizmus2.0-Strategia.pdf

Marriott International. (2023, 20 novembre). *Autograph Collection Hotels debuts in Hungary with Dorothea Hotel, Budapest, Autograph Collection*. Marriott News Center. https://news.marriott.com/news/2023/11/20/autograph-collection-hotels-debuts-in-hungary-with-dorothea-hotel-budapest-autograph-collection

Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale. (2025). *Ungheria: Scheda Paese – Quadro economico, interscambio commerciale e investimenti bilaterali*. InfoMercatiEsteri. https://www.infomercatiesteri.it/paese.php?id_paesi=86

Natuzzi. (2025). *Hotel Essence Hungary: Progetti contract e soluzioni d'arredo per l'hospitality*. Natuzzi Business & Contract. https://www.natuzzi.com