

Viaggio in Italia

OSSERVATORIO SUL TURISMO DI QUALITÀ

POLITICHE DEL TURISMO

L'Enit è sempre più il braccio operativo del ministero, soprattutto in termini di programmazione e per le iniziative di rilancio del Bel Paese sul proscenio internazionale



BORSA DEL TURISMO

Appuntamento dal 4 al 6 febbraio all'Allianz Mico di Milano per conoscere in anteprima le nuove rotte del turismo. Un mercato, quello turistico, che nel Paese vale il 10 per cento del Pil

L'attrattiva dei grandi eventi



Bernabò Bocca, presidente Federalberghi

Tra settembre e i primi di dicembre gli italiani hanno viaggiato tanto. Stringendo l'inquadratura sul ponte di Ognissanti e sull'Immacolata, i due "antipasti" turistici in vista delle festività natalizie, l'indagine realizzata da ACS Marketing Solutions per Federalberghi evidenzia un trend positivo per il movimento dei nostri connazionali. Invogliati a programmare viaggi oltre le classiche date di agosto da un clima autunnale più simile a un estate-bis. «Le performance degli ultimi due appuntamenti turisticamente significativi- ag-

>>> segue a pag. 3

ALL'INTERNO



■ Turismo veneto

Luca Zaia fa il punto sugli investimenti per sostenere il sistema turistico regionale

■ Regione Liguria

Il presidente della regione Giovanni Toti parla dei progetti di valorizzazione del territorio



Foto Credit: Franco Origlia - Getty Images

GENNARO SANGIULIANO

'O MINISTRO 'NNAMMURATO

di Renato Farina

So chi è Gennaro Sangiuliano, ministro della Cultura. Mi si scusi per questo esordio. Non è la premessa di un mitomane, ma una decontaminazione necessaria dal pregiudizio. Fingete di non averlo sentito neppure nominare, svestendovi delle immagini già incamerate. Ci ho in pratica vissuto tre anni insieme, con Gennaro. Eravamo entrambi vicedirettori di Vittorio Feltri a Libero. Ma lo conosco da prima. E ho perciò goduto di un singolare privilegio. Dovendo fare un'inchiesta sullo stato delle cose napoletane (politica, economia, cultura, criminalità, eccetera) passai a trovarlo nella sede de "Il Roma", il quotidiano locale, di cospicua tradizione di destra, del quale era direttore. Mi accompagnò per le strade della città, mi fece vedere capolavori, sentire odori, entrare in chiese misteriose, in musei cascanti e lucenti. Capii perché questa metropoli era stata la capitale culturale europea nel Settecento, e oggi lo merita di nuovo: la pro-

rompenza vitale, Benedetto Croce e Scarpetta, tutto. Lui di destra? Sì, ma già allora una destra che non aveva l'occhio sinistro cecato, ma abbracciava l'universo italiano e quello straniero che aveva accettato di scendere nei bassi, gli americani e i francesi, tutti. Tutto e tutti. Capì lo stesso- confesso- quando divenne capo della redazione romana di Libero. Frequentavo l'Urbe da trent'anni, ma mi condusse attraverso i colori del barocco e quindi nel caffè dove Gogol scrisse le *Anime morte*, come e perché il Conte di Montecristo fu condotto da Alexandre Dumas per via del Corso. Mai vista una Roma così; quindi in auto a Ostia, le memorie desolate di Pier Paolo Pasolini. Ecco. Non credo che nessuno possa incarnare meglio di Sangiuliano la capacità di offrire la cultura italiana come alimento della identità degli italiani stessi, a qualunque categoria sociale, orientamento politico e sessuale si sentano di appartenere. La cultura alta e quella bassa, la letteratura fantastica e

le statue romane, archeologia e folklore, non come merci da piazzare, ma come tesori di cui arricchire l'anima, perché essa non è di proprietà solo della crème dei quartieri alti. Prima gli italiani e l'Italia? Sì, certo, ma come patrimonio della civiltà umana. Proposta per gli inglesi e per i cinesi, alla fine strumento di pace. In questo senso la cultura non è un segmento specifico ma è una dimensione totale di un Paese, il suo colore e sapore. Si chiama approccio "olistico", e mi vergogno un po' per aver usato questo termine da convegno di sociologi. La cultura è insomma un "tutto", il fondamento su cui camminiamo e ci orientiamo verso il futuro. È un giacimento che non è affatto separato dal concreto vivere, lavorare, nutrire corpo e mente, costruendo il proprio benessere integrale. Non è vero che la cultura non dà da mangiare, anzi- come ripete spesso Sangiuliano- è un modo meraviglioso per ricavare il pane.

>>> segue a pag. 4

costa

parchi edutainment



www.obliqua.it

benvenuti
nel mondo
delle
emozioni

ACQUARIO
DI CATTOLICA

ITALIA
IN MINIATURA
RIMINI

OLTREMARE
FAMILY EXPERIENCE PARK

AQUAFAN

INSIEME CONVIENE 2 PARCHI A PARTIRE DA 38 EURO

Colophon



Direttore responsabile

Marco Zanzi
direzione@golfarellieditore.it

Redazione

Renata Gualtieri, Cristiana Golfarelli,
Tiziana Achino, Lucrezia Antinori,
Tiziana Bongiovanni,
Eugenia Campo di Costa,
Giulia Montefamelo, Desna Ruscica,
Anna Di Leo, Alessandro Gallo, Simona
Langone, Leonardo Lo Gozzo,
Michelangelo Marazzita,
Marcello Moratti, Michelangelo Podestà,
Silvia Rigotti, Giuseppe Tatarella

Relazioni internazionali

Magdi Jebreal

Hanno collaborato

Renato Farina, Ginevra Cavalieri,
Angelo Maria Ratti, Fiorella Calò,
Francesca Druidi,
Francesco Scopelliti,
Lorenzo Fumagalli, Gaia Santi,
Maria Pia Telese

Sede

Tel. 051 228807 - Piazza Cavour 2
40124 - Bologna - www.golfarellieditore.it

Relazioni pubbliche

Via del Pozzetto, 1/5 - Roma

>>> Segue dalla prima

L'attrattiva dei grandi eventi

Mare, montagna, città d'arte, località termali, basta che sia l'Italia. Tornata in auge tra le destination travel anche grazie alla qualità ricettiva mostrata durante i grandi eventi. Definiti «il sale del turismo» da Bernabò Bocca

Tra settembre e i primi di dicembre gli italiani hanno viaggiato tanto. Stringendo l'inquadratura sul ponte di Ognissanti e sull'Immacolata, i due "antipasti" turistici in vista delle festività natalizie, l'indagine realizzata da ACS Marketing Solutions per Federalberghi evidenzia un trend positivo per il movimento dei nostri connazionali. Invogliati a programmare viaggi oltre le classiche date di agosto da un clima autunnale più simile a un estate-bis. «Le performance degli ultimi due appuntamenti turisticamente significativi - aggiunge Bernabò Bocca, presidente di Federalberghi - mostrano anche che il nostro Paese è sempre più al centro delle loro destinazioni preferite».

Quali mete e quali tipologie di soggiorno hanno prevalso nelle loro scelte?

«Gli italiani amano riscoprire luoghi di prossimità o regioni vicine alla propria. Si dà la precedenza alle città d'arte, riprendono quota anche le località termali. La montagna è stata presa d'assalto anche in estate perché consente un contatto con la natura più intenso e diretto. Fino a ottobre inoltrato il mare, è indiscutibile, ha avuto la meglio, ma quel che è certo è che oggi i nostri concittadini non intendono rinunciare al viaggio».

Per la clientela internazionale invece, un forte attrattore verso l'Italia sono stati i grandi eventi. Che qualità ricettiva ha espresso la nostra hôtellerie durante i più recenti e cosa resta da mettere a punto per i prossimi?

«I grandi eventi sono il sale del turismo, lo dico sempre. Lo abbiamo visto tutte le volte che il nostro Paese è stato teatro di eventi sportivi internazionali, di concerti e di manifestazioni legate alla moda. Pensiamo solo alla Ryder Cup disputata a Roma a fine settembre: i risultati hanno superato le attese registrando la partecipazione di oltre 271 mila spettatori. Per la città di Roma, turisticamente parlando è stato un trionfo: sono state riempite tutte le 70.000 camere degli hotel e



Bernabò Bocca, presidente Federalberghi

presi d'assalto ristoranti, bar, musei, taxi e negozi dai visitatori provenienti da 85 nazioni diverse. I grandi eventi, se gestiti al meglio, danno buoni frutti: primo perché creano aspettativa e voglia di tornare in coloro che vi partecipano, in più costituiscono un incentivo a migliorare prestazioni e servizi nel mondo dell'ospitalità e di ciò che vi ruota attorno».

Un'istanza di rinnovamento che attraversa il settore riguarda la dimensione etica del viaggio, ad esempio in termini di sostenibilità e accessibilità. Come si sta aggiornando la nostra industria dell'accoglienza in tal senso?

«La sostenibilità è ormai il nostro mantra, un fattore imprescindibile per il comparto. Siamo ormai tutti concentrati nel produrre un sistema di servizi per il turista che abbia il minor impatto possibile sull'ambiente. È una priorità dettata anche dai desiderata di un turismo interno e internazionale, sempre più orientato a identificare offerte con specifici requisiti. In merito all'accessibilità, sappiamo che ciò che è di facile accesso per chi ha difficoltà, è automaticamente accessibile a tutti. È un principio guida per la nostra categoria».

L'ultimo ddl Affitti brevi ha cercato di uniformare a livello nazionale la

disciplina per le locazioni con finalità turistiche. Che ne pensate delle regole introdotte e quali riflessi avranno sulla ricettività alberghiera?

«Noi stiamo combattendo da tempo immemore contro il far west degli affitti brevi. Non possiamo che vedere positivamente la messa a punto da parte del Governo di un ddl mirato a mettere ordine in questo caos. Ricordo che per ciò che riguarda gli hotel le regole sono sempre state estremamente rigide. Non si può fare diversamente solo perché si maschera con altro un'effettiva attività ricettiva. L'imposizione del pagamento della cedolare secca anche per coloro che posizionano le offerte di affitti brevi sui portali digitali è una cosa giusta. Per la nostra attività non cambierà molto, perché noi abbiamo sempre rispettato le regole».

Una maggior connettività aerea è tra i primi elementi indicati dai travel analyst per stimolare l'incoming, specie dall'Asia e dal Pacifico. Com'è attrezzata l'Italia su questo versante e dove può migliorare?

«Una risposta sincera? L'Italia non è attrezzata. Il tema delle infrastrutture è essenziale per una buona performance nel settore. Noi abbiamo luoghi incantevoli da visitare e da far visitare, siamo il Paese più bello del mondo. Ma se poi non riusciamo a far approdare agilmente i nostri visitatori alla meta, siamo come un'anatra zoppa, i turisti stranieri sceglieranno destinazioni di più facile raggiungimento. Bisogna dunque lavorare molto, incentivandoli con un range sempre più ampio di collegamenti aerei e su rotaia. Perché ciò che è facilmente raggiungibile è maggiormente fruibile».

Natale dell'anno passato avevano riportato la spesa turistica in Italia ai livelli pre-Covid. Quest'anno invece cosa si prevede, in base alle prenotazioni alberghiere per la stagione invernale?

«Se il buongiorno si vede dal mattino, direi che i risultati rilevati per il ponte di Ognissanti e per la festa dell'Immacolata rappresentano una bella prospettiva per l'apertura della stagione invernale. Quindi, con tutta la cautela del caso, direi che lo scenario che si prospetta per il prossimo Natale fa ben sperare».

■ Giacomo Govoni

LA RYDER CUP

Disputata a Roma a fine settembre, ha raggiunto risultati che hanno superato le attese registrando la partecipazione di oltre 271 mila spettatori

Supplemento a

Mete-Grand Tour-Registrazione tribunale di Bologna
n. 7578 del 22/09/2004

'O ministro 'nammurato

So chi è Gennaro Sangiuliano, ministro della Cultura. Mi si scusi per questo esordio. Non è la premessa di un mitomane, ma una decontaminazione necessaria dal pregiudizio. Fingete di non averlo sentito neppure nominare, svestendovi delle immagini già incamerate. Ci ho in pratica vissuto tre anni insieme, con Gennaro. Eravamo entrambi vicedirettori di Vittorio Feltri a Libero. Ma lo conosco da prima. E ho perciò goduto di un singolare privilegio. Dovendo fare un'inchiesta sullo stato delle cose napoletane (politica, economia, cultura, criminalità, eccetera) passai a trovarlo nella sede de "Il Roma", il quotidiano locale, di cospicua tradizione di destra, del quale era direttore. Mi accompagnò per le strade della città, mi fece vedere capolavori, sentire odori, entrare in chiese misteriose, in musei cascanti e lucenti. Capii perché questa metropoli era stata la capitale culturale europea nel Settecento, e oggi lo merita di nuovo: la promompna vitale, Benedetto Croce e Scarpetta, tutto. Lui di destra? Sì, ma già allora una destra che non aveva l'occhio sinistro cecato, ma abbracciava l'universo italiano e quello straniero che aveva accettato di scendere nei bassi, gli americani e i francesi, tutti. Tutto e tutti. Capito lo stesso- confesso- quando divenne capo della redazione romana di Libero. Frequentavo l'Urbe da trent'anni, ma mi condusse attraverso i colori del barocco e quindi nel caffè dove Gogol scrisse le *Anime morte*, come e perché il Conte di Montecristo fu condotto da Alexandre Dumas per via del Corso. Mai vista una Roma così; quindi in auto a Ostia, le memorie desolate di Pier Paolo Pasolini. Ecco. Non credo che nessuno possa incarnare meglio di Sangiuliano la capacità di offrire la cultura italiana come alimento della identità degli italiani stessi, a qualunque categoria sociale, orientamento politico e sessuale si sentano di appartenere. La cultura alta e quella bassa, la letteratura fantastica e le statue romane, archeologia e folklore, non come merci da piazzare, ma come tesori di cui arricchire l'anima, perché essa non è di proprietà solo della crème dei quartieri alti. Prima gli italiani e l'Italia? Sì, certo, ma come patrimonio della civiltà umana. Proposta per gli inglesi e per i cinesi, alla fine strumento di pace. In questo senso la cultura non è un segmento specifico ma è una dimensione totale di un Paese, il suo colore e sapore. Si chiama approccio "olistico", e mi vergogno un po' per aver usato questo termine da convegno di sociologi. La cultura è insomma un "tutto", il fondamento su cui cammi-



Gennaro Sangiuliano, ministro della Cultura

niamo e ci orientiamo verso il futuro. È un giacimento che non è affatto separato dal concreto vivere, lavorare, nutrire corpo e mente, costruendo il proprio benessere integrale. Non è vero che la cultura non dà da mangiare, anzi- come ripete spesso Sangiuliano- è un modo meraviglioso per ricavare il pane. Ha detto: "La cultura deve essere libera, aperta, con la cultura si mangia ed è occasione di sviluppo socio economico della Nazione, che ha due pilastri: impresa, materie prime in prodotti; e poi, appunto la cultura, che è un volano eccezionale perché l'Italia è superpotenza culturale: sulla nostra penisola si sono succedute diverse civiltà che ha lasciato ciascuna sul territorio qualcosa di rilevante". Divoratore di libri sin dalla più tenera infanzia, si è laureato prestissimo in giurisprudenza (a venti anni), acquisito master in diritto, ma di pagliette sotto il Vesuvio ce n'erano troppe, e così partecipò e vinse il concorso da ufficiale giudiziario: esercitò l'arte del pignoramento a Ischia. Lo fece per ragioni alimentari, così come il suo maestro di giornalismo e pensiero politico, Giuseppe Prezzolini, definiva "alimentari" i propri articoli scritti da centenari a Lugano. Ed è proprio al grande fiorentino, che divise gli italiani in fessi e furbi- iscrivendosi alla categoria dei fessi, quelli che fanno la fila in posta- che Sangiuliano ha dedicato il suo libro a mio giudizio più bello: Giuseppe Prezzolini: l'anarchico conservatore (Mursia, 2008). In questo senso Sangiuliano si definisce conservatore, alla scuola di Pinuccio Tatarella, uno che cerca l'armonia. La destra c'era prima del fascismo, ed è un sistema di molti pensieri anarchici. Un magnifi-

co paradosso, secondo don Gennaro: è un passo non all'indietro ma oltre la sinistra progressista. "Progressista è l'uomo del domani ma il conservatore è l'uomo del dopodomani, cioè trasforma la realtà conservando i valori fondamentali". Con Vittorio Feltri è autore di *Una Repubblica senza Patria* (2013) e del best seller *Il Quarto Reich. Come la Germania ha sottomesso l'Europa* (2014), entrambi editi da Mondadori. È stato titolare del corso di Storia dell'Economia presso l'Università Luiss-Guido Carli di Roma e direttore della Scuola di Giornalismo dell'Università di Salerno. Dopo Libero è stato vicedirettore del Tg1, quindi direttore al Tg2. Ultimamente invidiato alquanto per essere diventato il più accreditato biografo italiano di Putin, di Trump e di Xi: intravede in costoro, così diversi, l'analogia capacità del leader di saper interpretare, in maniera anche contestabilissima, l'identità del proprio popolo nel contesto della globalizzazione. Nessuno gli ha potuto correggere una riga o un aggettivo, ma lo attaccano lo stesso. Eccolo infine al ministero. Spero a questo punto di aver indotto l'amato lettore ad aver abbandonato come scorie i rimasugli di ritratti giornalistici che regolarmente hanno deformato i connotati. Le critiche che gli sono state dedicate hanno spesso i toni della satira. Ci sta: la bravura del politico e dell'intellettuale è anche di strapparsi di dosso le decalcomanie appiccategli dagli avversari. Il fatto è che alla fine sono diventati un cliché persecutorio, una specie di maschera che ne travisa gli autentici connotati. Ci rimette lui, ma soprattutto a restare offesa è la buona fede. Si perde qualcosa di importante. Questa tignosità nel prenderlo a bersaglio non è soltanto dovuta

alla provenienza politica di destra. Il fatto è che non si sopporta proprio, in Italia, che destra e cultura siano scritte sulla stessa riga, e legate alla biografia di chi, come Gennaro, indossa entrambe le parole con eleganza, facendole coincidere con la sua essenza di persona. Ovvio che si cerchi di rovesciargli addosso qualche barattolo di vernice, ed è un peccato. Perché se c'è una figura capace di unire gli italiani, che siano di destra o sinistra o centro, è proprio il professor Sangiuliano. Fa innamorare chiunque di quel che egli ama. Basta ascoltarlo, e non è che egli selezioni personaggi, monumenti, libri, dipinti, concetti purché ci si possa mettere il timbro "destra", ma allarga lo sguardo di tutti. Il prossimo passo di Sangiuliano, oltre alla valorizzazione delle grandi città d'arte, come Napoli, sarà quello di porgere al pubblico mondiale (ma anche nostrano) le migliaia di gemme che costellano l'Italia. Ha detto: "Il sovraffollamento di alcune città d'arte è un grande tema dai molti risvolti, a partire da quelli giuridici riguardanti la libertà di circolazione degli individui così come quelli della tutela del patrimonio, compromesso dalla pressione antropica, e dalla comunità in cui insiste, messa a rischio dallo sviluppo incontrollato di strutture di accoglienza e ristorazione. È necessario promuovere località non meno belle della nostra penisola ma poco note per reindirizzare i flussi e questo va fatto a livello europeo, di concerto con l'Unesco". Si tratta poi, alla maniera di Parigi e New York, di far rifiorire nella loro intrezza, con mostre ed esposizioni, figure di peso mondiale. Uscendo da qualsiasi sospetto di provincialismo sovranista. È il caso della mostra dedicata a John R.R. Tolkien (1892-1973). Spiega don Gennaro: "Il nostro obiettivo è modernizzare, salvaguardando, però, i valori di riferimento fondanti della nazione e della identità collettiva, quello che Vico chiama l'idem sentire comune. Significa quello che fanno i conservatori: modernizzano salvaguardando un nocciolo, la tradizione. È con questo spirito che abbiamo proposto una mostra su un autore di immenso successo come Tolkien. I primi dati disponibili sui visitatori della Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea di Roma, tra cui tantissimi giovani, sono la migliore risposta alle polemiche di chi cerca di utilizzare questo scrittore universalmente apprezzato per fini politici". Eccolo di nuovo. Si espone. Non si rinserra. Si offre all'agone della battaglia culturale pubblica. Non accetta di essere il notaio della cultura, ma il galoppatore. Più in là.

■ Renato Farina



THE ART OF LIVING IN THE HEART OF FRIULI VENEZIA GIULIA



4- STAR SUPERIOR HOTEL
RESTAURANTS / BRASSERIE & GOURMET / CAFFÈ & BISTROT
MEETING ROOMS
WELLNESS + GYM / SPORTING CLUB



LE FUCINE
HOTEL

VIA NAZIONALE 48 - BUTTRIO / UDINE - ITALY / +39 0432 1833238 / LEFUCINE.COM

La locomotiva della ricchezza nazionale

Nella visione strategica del ministro Daniela Santanché, è il traguardo al quale può e deve aspirare la nostra industria dell'ospitalità. Perfezionando la sinergia con Enit e "sfamando" la voglia di Bel Paese dei viaggiatori internazionali



Visione, azione, futuro. Attorno a queste tre parole chiave si è sviluppato il programma del primo "Forum internazionale del turismo" ospitato il 24 e il 25 novembre a Baveno sullo sfondo del Lago Maggiore. Un appuntamento promosso e tenuto a battesimo dal ministero del Turismo che ha radunato nella suggestiva località piemontese i ministri di Paesi esteri, i principali attori della filiera turistica e le nuove generazioni per porre l'accento sulla centralità di un comparto che genera impatti positivi sull'intero sistema economico, culturale sociale italiano. «Abbiamo l'ambizione di portare il turismo a essere il primo contributore della ricchezza nazionale- sottolinea il ministro Daniela Santanché- un risultato possibile perché già oggi nel suo insieme vale il 13 per cento del Pil. Per farlo dobbiamo liberare le energie del turismo e renderlo un'industria, puntando a una fruibilità totale del territorio italiano che superi una concezione desueta legata alla stagionalità. Il turismo non deve essere più una parte residuale della nostra economia, ma deve diventare il protagonista».

UN'AGENZIA PIÙ OPERATIVA NELLE POLITICHE TURISTICHE
E in effetti affrancare la filiera dell'ospita-



Il ministro del Turismo **Daniela Santanché**

lità da questa condizione subalterna rispetto ad altri settori è stato il filo conduttore dell'operato di Santanché, che nel suo primo anno di mandato ministeriale ha sbloccato una serie di risorse tra cui 1 miliardo e 380 milioni del Fri-tur destinato alle imprese turistiche, 500 milioni del Fondo tematico Bei, 200 milioni per gli impianti di risalita e innevamento artificiale e 39 milioni di euro per le agenzie di viaggi e i tour operator. Anche se il provvedimento più ambizioso e

«Serviva un'operazione drastica- spiega il ministro- che rendesse più efficiente l'attività svolta da Enit, ora finalmente in grado di assumere il ruolo di braccio operativo delle politiche turistiche in termini di programmazione e indici di performance, come accade per tutte le altre Agenzie europee. La campagna "#ThisIschia" indirizzata al rilancio del turismo nell'isola in seguito alla frana di Casamicciola, è uno degli esempi di questa nuova sinergia tra Mitur ed Enit».

GRANDI EVENTI, CATALIZZATORI DI 30 MILIONI DI ARRIVI

Ed è sempre Enit, attraverso uno studio realizzato a settembre per Unioncamere con il supporto tecnico di Isnart, a sancire il ritorno di fiamma tra l'Italia e i turisti stranieri. Almeno un quarto dei quali ammette di scegliere le nostre destinazioni perché espressamente attratto dallo stile di vita, associando al nostro Paese una "allure" di esclusività. Un esito coerente con quanto riferisce l'ultimo brief degli analisti di Cassa Depositi e Prestiti, che dal 2003 documenta una crescita del 54 per cento degli ospiti stranieri. «I dati dell'indagine diffusa da Cdp sul turismo- sostiene Santanché- confermano le potenzialità di un settore che il governo ha riconosciuto sin da subito come elemento strategico per il ritorno dell'Italia nel proscenio mondiale. E il riaffermarsi dei flussi esteri in forma così massiccia- con 100 milioni di presenze internazionali nei mesi estivi- ne è la prova più evidente». Gusto, cultura, radici e ac-

RITORNO DI FIAMMA TRA ITALIA E STRANIERI

A sancirlo è Enit, attraverso uno studio realizzato a settembre per Unioncamere con il supporto tecnico di Isnart. Almeno un quarto degli stranieri sceglie le nostre destinazioni perché attratto dallo stile di vita

strutturale assunto negli ultimi mesi è sicuramente il Piano strategico sul turismo 2023-2027, approvato a metà maggio dalle Commissioni attività produttive di Camera e Senato. «È la prima volta- afferma Santanché- che l'Italia si dota di un vero piano industriale su una materia di per sé trasversale a diversi mondi, basti pensare al turismo sportivo, enogastronomico, culturale e religioso. Questo piano ci consentirà di esprimere le migliori potenzialità attrattive di una Nazione che abbiamo il dovere di promuovere con tutte le sue eccellenze e distintività, capitalizzando la fortuna che Madre natura ci ha concesso». In questa partita che punta rilanciare l'attrattività del made in Italy- terzo brand più apprezzato al mondo dopo Coca Cola e Visa- un alleato fondamentale può rilevarsi l'Enit, che da qualche mese ha ripiegato il suo abito di ente pubblico per indossare quello più dinamico di società in house del Ministero.

cessibilità anche in chiave smart tra gli elementi che nel dopo Covid stanno riscuotendo maggior apprezzamento tra i viaggiatori stranieri, sempre più affamati di esperienze complessive e rigeneranti. E che hanno trovato nell'Italia pane per i loro denti, determinando ad esempio l'exploit dei territori, dei borghi e dei cammini. «Altri due- conclude il ministro- sono i dati che accolgono con piacere: quello di un turismo in Italia attento alla sostenibilità, risultando una delle cinque Nazioni meno inquinanti dell'Ue e quello per cui i prossimi grandi eventi in agenda- dal Giubileo alle Olimpiadi di Milano-Cortina- potranno fungere da catalizzatori per i potenziali 30 milioni di arrivi internazionali. Due binari importanti su cui vogliamo far correre il nostro turismo nei prossimi anni, grazie all'aiuto e alla passione di tutti i grandi professionisti che lavorano in questa straordinaria industria». ■ **Giacomo Govoni**

Un nuovo modo di ospitare

Taormina Town è una moderna, accogliente e confortevole guest house, ubicata nel pieno centro della città siciliana. Il proprietario Francesco Lipari spiega i vantaggi di questo tipo di alloggio, ideale per gli amanti della libertà

Le guest house sono una tendenza in crescita nel mondo degli affitti e della gestione degli immobili. Si tratta di una tipologia di alloggio autentica e personalizzata, che si differenzia dagli altri immobili turistici proprio per l'esperienza che offre, più intima e nello stesso tempo libera. E lo ha capito bene Francesco Lipari, ex avvocato che dal 2020 ha realizzato Taormina Town, nel pieno centro storico di una delle mete più amate della Sicilia. «Nel 2020, dopo 12 anni di libera professione come avvocato, in pieno lockdown, mi sono accorto di quanto noiosa e monotona fosse la mia vita lavorativa - racconta -. In questo turbine di sensazioni, io e mia moglie abbiamo scoperto di essere in attesa della nostra secondogenita. Quella è stata la spinta decisiva per fare all-in, rimbocarmi le maniche e riprendere in mano la mia vita. Il progetto è nato così, sfruttando "l'onda verde" dei semafori che in quel momento si erano sincronizzati ed allineati per concedermi la mia seconda chance. Nel giugno di quell'anno ha iniziato così a prendere forma il progetto di Taormina Town: una ristrutturazione complicatissima e faticosissima (la struttura occupa un intero stabile indipendente), resa ancora più difficile dallo stato dei luoghi, la Guest House infatti si trova pro-



LA SINTESI TRA HOTEL E CASA VACANZE

Un posto dove l'ospite, con un'unica chiave d'ingresso, potrà vivere la propria esperienza di viaggio in una fusione tra diverse filosofie di accoglienza

prio nel centro storico di Taormina, tra il Teatro greco e Parco Trevelyan, all'interno di uno dei tantissimi vicoli che compongono la parte storica della città. L'idea, la scelta dei materiali, dei complementi di arredo, sono stati tutto frutto della mia visione».

Qual è la novità rappresentata da Taormina Town?

«È un nuovo modo di ospitare. Diversamente dalla formula classica dei B&B, siamo, appunto, una guest house ispirata alle strutture del nord Europa, concepita come una vera e propria "casa per gli ospiti" nel senso letterale del termine, all'interno della quale ciascuno potrà vivere la propria esperienza di viaggio, in totale libertà e

indipendenza, pur senza rinunciare ai servizi e ai comfort che sono propri delle strutture alberghiere. Taormina Town vuole porsi come spazio ideale all'interno del quale l'ospite, se lo desidera, può decidere di vivere la struttura come fosse casa propria, utilizzando la cucina, la zona living e le aree comuni in base alle proprie esigenze. L'obiettivo di questo progetto è quello di realizzare la perfetta sintesi tra hotel e casa vacanze, un posto dove l'ospite, con un'unica chiave d'ingresso, potrà vivere la propria esperienza di viaggio in una fusione tra diverse filosofie di accoglienza. È un'idea nuova di B&B 2.0. Quello che offriamo è la possibilità di vivere una permanenza nella nostra struttura in totale libertà, privacy e indipendenza, all'interno di spazi nuovi e funzionali. Questi aspetti sono molto apprezzati e graditi dai nostri ospiti che li hanno evidenziati nelle recensioni online grazie alle quali abbiamo raggiunto importanti traguardi in tutte le principali piattaforme».

A che tipologia di ospiti vi rivolgete?

«Taormina Town GH non è la struttura ideale per ogni tipo di viaggiatore, ma è il posto ideale per chi vuole vivere il proprio viaggio come espressione massima di libertà, potendo organizzare il proprio soggiorno in maniera modulare scegliendo di volta in volta come vivere e or-

ganizzare la giornata in base a desideri ed esigenze sempre mutevoli».

Nei confronti della sostenibilità ambientale usate particolari accortezze?

«L'intera ristrutturazione è stata incentrata sull'ecosostenibilità, sul rispetto dell'ambiente e sulla lotta agli sprechi, abbiamo infatti un impianto fotovoltaico; sensori di movimento per le luci nelle aree comuni; schede magnetiche nelle stanze; i kit cortesia in bagno per shampoo, bagnoschiuma e sapone intimo sono in vetro (non usa e getta) e vengono ricaricati; inoltre abbiamo installato un depuratore per l'acqua potabile nella zona living e siamo particolarmente attenti alla differenziazione dei rifiuti».

Come viene organizzata la gestione di Taormina Town?

«Ilayma, che è l'anima della guest house, accoglie gli ospiti con un particolare calore, facendoli sentire subito a casa, sempre disponibile, solare e sorridente, garantisce un servizio a cinque stelle. Le stanze vengono quotidianamente pulite e rassetate. La cucina e la zona living sono condivisi e a totale disposizione degli ospiti: vengono forniti gratuitamente, h24, caffè, ginseng, cioccolata, tè, tisane, caffè americano, acqua, snack dolci e salati. Nella cucina, ogni stanza dispone di una propria "cambusa" e di uno spazio all'interno del frigo, dove ciascun ospite può conservare la spesa, il cibo e le bevande per preparare una cena, un aperitivo o il pranzo a sacco per la giornata. Anche la zona living, attrezzata con giochi e libri, è a disposizione dei nostri ospiti h24». ■ Bianca Raimondi

Francesco Lipari, titolare di Taormina Town Guesthouse Sicily ha sede a Taormina www.taorminatown.com



I SERVIZI A DISPOSIZIONE

Le stanze di Taormina Town (tre standard e due superior) sono dotate di tutti i comfort: cabina armadio, ferro e asse da stiro a disposizione, frigobar, bollitore con una selezione di tè e tisane, cassaforte; smart TV, climatizzatore, phon professionale e kit da bagno completo; wi-fi e uso della stampante.

In ogni stanza c'è a disposizione un workspace, equipaggiato con prese usb, dove poter utilizzare laptop per lavorare. L'accesso è automatizzato, tramite codici, con la possibilità di poter fare self check-in e self check-out.

All'interno della struttura è possibile usufruire dei servizi extra a pagamento: lavanderia (lavaggio e asciugatura); noleggio teli mare (con il nostro logo ricamato); garage, tour sull'Etna, degustazione vini; gite in barca.

L'incoming è rock, il turismo è lento

L'Italia è tornata regina delle vacanze grazie soprattutto agli stranieri. Sedotti dai cammini e da un patrimonio un tempo definito "minore", ma che oggi per Massimiliano Vavassori «può rivelarsi centrale per un nuovo sviluppo economico»

Chi va piano, va sano e va in Italia. Terra prediletta dagli amanti della vacanza slow e a sfondo naturalistico che, rispondendo a un sondaggio condotto tra agosto e settembre dal Touring Club Italia assieme a Enit e Ipsos, hanno sottolineato questo tratto peculiare della nostra offerta turistica. Apprezzato soprattutto dai viaggiatori stranieri che più della componente domestica hanno inciso sul +4 per cento di presenze totali registrate nella Penisola nei primi sette mesi del 2023, disegnando un trend di ripresa che però nella progressione mensile si attenua. «Sul 2022 infatti - spiega Massimiliano Vavassori, direttore Relazioni istituzionali e Centro studi del Tci - l'incremento è in costante diminuzione: +49 per cento a gennaio 2023 su gennaio 2022, +31 per cento a febbraio, +20 per cento a marzo, +14 per cento ad aprile, +12 per cento a maggio mentre il dato è stato negativo per giugno (-1 per cento) e luglio (-13 per cento). In agosto la variazione è tornata positiva (+2 per cento), ma occorrerà altro tempo per avere un consuntivo definitivo dell'anno».

Al netto di questa lieve flessione estiva, c'è da segnalare il potere che il turismo lento sta esercitando sull'incoming estero. Quali itinerari lo attirano in particolare e come state aggiornando la vostra attività di promozione su questo fronte?

«I mercati analizzati (Francia, Germania

Massimiliano Vavassori, direttore Relazioni istituzionali e Centro studi del Touring Club Italiano



e UK) indicano l'Italia come meta preferita con Toscana e Sicilia al top. I "praticanti" stimati in Francia sono 4,8 milioni, in Germania 5,6, nel Regno Unito 7,1 e in Italia 3,6. La nostra offerta è ben rappresentata dalla Via Francigena, dalla Via degli Dei e da tanti altri percorsi: dal Cammino di Oropa in Piemonte a quello di San Francesco di Paola in Calabria. L'attività Touring si dispiega attraverso le ricerche del Centro Studi, l'editoria e touringclub.it. C'è poi "Cammini e percorsi", certificazione di qualità assegnata a oggi al Sentiero del Vindante (Lombardia), alla "Via del Nord" della Via di Francesco (Toscana e Umbria), al Cammino di Celestino (Abruzzo) e alla "Via del Giovane" del Cammino di San Francesco di Paola (Calabria)».

Altro trend interessante segnalato dal Barometro Unwto è la crescente inclinazione dei turisti per viaggi più brevi e con un buon rapporto qualità-prezzo. Quali esperienze che rispondono a questi requisiti si possono fare in Italia?

«L'Italia è il Paese dei borghi e delle aree interne che possono essere destinazioni di viaggio di prossimità, anche di pochi giorni, con un rapporto qualità-prezzo competitivo specie in un momento difficile per molte famiglie (in molti quest'estate hanno scelto mete meno care come l'Albania). Il Touring ha sempre investito tante energie per diffondere una conoscenza più ampia di questo nostro patrimonio, un tempo definito "minore",

che oggi può avere un ruolo centrale per un nuovo sviluppo economico. Tante occasioni di viaggio interessanti vengono dalla rete dei Comuni Bandiera Arancioni, ovvero dai borghi dell'entroterra, quasi 300 ormai, che il Tci dal 1998 certifica per la loro eccellenza e per la capacità di accogliere».

Un turismo che in Italia non conosce flessioni è quello enogastronomico. Quali sono i circuiti più apprezzati e quelli a cui date più risalto anche in chiave di sostenibilità?

«La cultura del cibo risulta oggi trasversale rispetto alle motivazioni specifiche della vacanza: cresce non solo il turismo enogastronomico vero e proprio - visitare cantine, partecipare a corsi di cucina e degustazioni - ma anche la rilevanza dell'enogastronomia in altri turisti (balneare, montano, attivo/sportivo e lento). Oltre ai distretti del gusto più noti - le Langhe, la Franciacorta o il Chianti - c'è una riscoperta più generale delle tradizioni locali legate ai sapori. Nelle guide che realizziamo, "Vinibuoni d'Italia" è dedicata solo ai vini da vitigni autoctoni, espressione di un'area, ma anche di una tradizione enologica e dell'impegno dell'uomo».

In chiave di una miglior connettività anche turistica avete bocciato il Ponte di Messina, descritto come «grande opportunità» dal ministro Santanchè. A quali collegamenti daresti la precedenza e quali idee di accoglienza avete invece per lo

Stretto?

«La nostra contrarietà muove da varie considerazioni. In primis non sono approfondite le conseguenze ambientali su un contesto di eccezionale pregio naturalistico e paesaggistico. Inoltre i dati sul possibile traffico generato dal collegamento stabile sono bassi e non destinati a crescere perché l'infrastruttura non sarà supportata da un'alta velocità ferroviaria come quella del Centro-Nord Italia che riduca di molto i tempi di percorrenza. Siamo convinti che occorra investire per il miglioramento complessivo di tutte le altre infrastrutture per la mobilità di Calabria e Sicilia: da quelle

+4 %

Turisti

Incremento di presenze totali registrate nella Penisola nei primi sette mesi del 2023

ferroviarie, a quelle che garantiscono l'intermodalità e il collegamento dell'"ultimo miglio", fondamentale per il turismo».

È alle porte la stagione fredda e il mirino dei turisti punta dritto alla montagna. Quali saranno in base alle vostre previsioni, le località, i comprensori e le formule di soggiorno leader dell'offerta invernale italiana 2023-2024?

«Due sono i fattori che decideranno la prossima stagione. Il primo è il meteo: se nevierà o se le temperature permetteranno un innevamento artificiale adeguato ci saranno le condizioni per una buona stagione. L'altro riguarda gli ski-pass che, con l'alloggio, rappresentano il costo più importante. La tendenza recente è sempre stata al rialzo e questo non aiuta una domanda alle prese con un incremento generale dei prezzi. Ciò potrebbe portare, se non alla rinuncia alle vacanze, a ridurne la durata. Dalle informazioni disponibili, le Alpi occidentali - Valle d'Aosta e Piemonte - presentano livelli di prenotazioni già molto buoni per il periodo natalizio. Positive le previsioni anche per le Dolomiti, con l'eccezione per ora del bellunese in cui le prenotazioni vanno più a rilento».

■ Giacomo Govoni

Benvenuti in paradiso

Un'oasi incantata emerge nel mare della Sicilia: i titolari Ilaria e Raimondo Raimondi ci presentano Scilla Maris Charming Suites, uno dei luoghi più esclusivi del Mediterraneo, meta ideale per trascorrere le vacanze in relax e a stretto contatto con la natura

Vegetazione fitta, mare limpido, spiagge sabbiose, dove vengono a nidificare le famose tartarughe caretta-caretta, e scogli a picco sul mare. Siamo nell'Oasi Faunistica di Vendicari appena fuori Noto, tra i vigneti di nero d'Avola, i pantani e Marzamemi. E proprio qui di fronte, immerso in questo splendido e suggestivo paesaggio, sorge lo Scilla Maris Charming Suites. «Il Resort deriva il suo nome dalla bellissima pianta che cresce spontaneamente nella riserva - spiega il titolare -. La struttura si compone di una parte antica e di una più moderna. La bellissima pianta di Lentischio regala il suo nome alle tre suites vista mare che, assieme alla suite Palmento e alla reception, compongono la parte antica della struttura, rinnovata da un attento restauro di un vecchio rudere dell'epoca borbonica. La parte nuova accoglie sei camere con patio privato e vista sulla piscina panoramica. Sia le suite che le camere, finemente arredate con mobili antichi e di design, offrono ogni tipo di comfort, cura nei dettagli, tessuti e biancheria di pregio, spazio esterno privato».

La particolare cura per i dettagli e il comfort fa sentire gli ospiti protetti come nella propria casa, ma liberi e in completo relax come in vacanza. Le di-



verse tipologie di camere, tutte accoglienti e raffinate, rifinite con materiali di pregio, possono ospitare le singole coppie o le famiglie. Ogni camera e suite rappresenta infatti una combinazione perfetta di eleganza e stile, di tecnologia e innovazione con un occhio di riguardo all'ecosostenibilità. Le sei camere moderne con vista sulla piscina hanno grandi finestre che si affacciano su terrazze coperte private. I pavimenti in cemento resinato, abbinati a sfumature di malva scuro, visone e grigio tortora, formano un ambiente semplice, raffinato ed elegante. I bagni sono decorati con piastrelle encaustiche riproposte.

«Punta di diamante è la suite Palmento, con pietra a vista e pareti imbiancate, pavimento in cemento resinato bianco crema; è il risultato di un attento restauro del vecchio palmento interamente in pietra. Vanta ampi spazi interni ed esterni e una splendida vista sulla Riserva di Vendicari. Gli interni sono caratterizzati da un'ampia vasca in cementine antiche, doccia in pietra pece, letto king size scavato nella pietra, tessuti e arredi di lusso».

Nel resort è presente anche il ristorante Il Datterino, che propone una cucina del territorio reinterpretata. Tradizione,

materie prime d'eccellenza, frutta e ortaggi a chilometro zero, fanno del ristorante un punto di riferimento gourmet nella zona.

«Un turismo standardizzato non potrà mai offrire l'esperienza autentica di quella che è l'essenza della Sicilia, perché ogni cosa, ogni luogo, è straordinariamente sfaccettato, culturizzato e significativo. Partendo da questa con-

sapevolezza nasce Scilla Maris Charming Suites come desiderio di condividere assieme ai nostri ospiti lo stupore da noi provato nel vivere questo luogo ancora incontaminato. Trovarsi di fronte alla riserva di Vendicari, aprire le finestre al risveglio e vedere i fenicotteri rosa alzare il volo, non è spettacolo da poco. Siamo rimasti stregati dalla natura, da Noto, sospesa tra sogno e realtà e da questo antico palmento, tanto da lasciare tutto per questa terra, per questa avventura. La nostra filosofia è semplice, l'ecosostenibilità nel gestire questo resort è implicita, l'attenzione all'ambiente incontaminato un dovere e un rispetto senza compromessi. Ci siamo impegnati con amore nel rendere la nostra casa come l'abbiamo sempre sognata; nulla è lasciato al caso, mobili antichi di famiglia e una lunga ricerca di antiquariato siciliano, oggetti di design, comfort e tutto ciò che la nostra sensibilità di accoglienza poteva offrirci. Il nostro desiderio è quello di farvi sentire a casa, di emozionarvi e condividere con voi il nostro sogno».

La struttura si dedica soprattutto a un turismo di nicchia, in grado di apprezzare la cura che viene messa in ogni dettaglio e la pace e tranquillità che si respira in questa oasi, lontana anni luce dal chiassoso turismo di massa. «La nostra è una clientela molto esigente, che predilige anche nel lusso la discrezione, la semplice eleganza, ma soprattutto l'autenticità - conclude Ilaria Raimondi -. È proprio l'attenzione al cliente, il design e l'atmosfera intima a distinguerci dagli hotel di lusso delle grosse catene alberghiere, magari bellissimi ma fin troppo standardizzati».

■ **Cristiana Golfarelli**

NEI DINTORNI

Tra i punti di forza della struttura non si può non mettere in evidenza la posizione strategica che permette di raggiungere in poco tempo tutte le località più ricercate della Sicilia sud orientale; la tranquillità della zona e la pace che offre. Il resort è inoltre ubicato in una posizione che gli permette di essere un perfetto punto strategico per esplorare comodamente le zone limitrofe, da Siracusa a Ragusa, passando per Scicli Noto e Marzamemi. A livello naturalistico, invece, spiccano Riserva Naturale di Vendicari e la meravigliosa spiaggia caraibica di San Lorenzo. Isola delle correnti, il punto più a sud della Sicilia dove il mar Ionio incontra il Mediterraneo

UN TURISMO DI NICCHIA

La struttura è per chi è in grado di apprezzare la cura che viene messa in ogni dettaglio e la pace e la tranquillità che si respirano in questa oasi



L'innovazione al centro

Tiene in serbo un palinsesto calibrato sui paradigmi emergenti di "Wanderlust" l'edizione 2024 della Bit, al via dal prossimo 4 febbraio. Preannunciando una serie di affondi su transportation, hospitality, sicurezza e tecnologie digitali

Più di 100 milioni di pernottamenti tra giugno e agosto con prospettive di raddoppio entro il 2033- e circa 21 milioni di passeggeri in transito negli aeroporti del Paese (+3,8 per cento sul 2019). Con il biglietto da visita di meta prediletta dell'estate 2023 il brand Italia si presenterà al via della prossima BIT- Borsa internazionale del turismo, che da domenica 4 a martedì 6 febbraio 2024 riunirà un'ampia rappresentanza di tutte le filiere, dalle Regioni italiane agli Enti del turismo esteri, dai consorzi agli operatori privati, l'hôtellerie o i vettori. Richiamando per la 44esima volta tra gli stand e le corsie dell'Allianz MiCo di Milano un pubblico sempre più giovane e qualificato, oltre a centinaia di hosted buyer internazionali. Interessati a conoscere in anteprima gli scenari di un mercato che solo nel nostro Paese vale circa 200 miliardi di euro, pari al 10 per cento del Pil nazionale, e impiega 2,7 milioni di risorse.

SOSTENIBILITÀ, L'ANIMA NOBILE DELL'ESPOSIZIONE

Primo marketplace mondiale per il pro-



dotto Italia, BIT 2024 metterà in scena un palinsesto di convegni organizzato con il supporto della knowledge-unit di Fiera Milano, Business International, attrezzandosi anche quest'anno per ospitare

appuntamento rilevanti per il settore e non solo. Trend, innovazione e sostenibilità, anima nobile dell'esposizione, saranno le linee direttrici intorno a cui ruoteranno incontri, workshop ed eventi sviluppati sotto il comune payoff "Bringing Innovation Into Travel", offrendo opportunità di aggiornamento per proiettarsi verso il futuro del turismo. Decisamente beneaugurante in particolare sul versante domestico, dove secondo l'Osservatorio Bit risultano prenotate il 42,8 per cento delle camere per i soggiorni di novembre e il 28,7 per cento per il mese di dicembre, anche grazie anche un calendario ponti favorevole. Appuntamento centrale dell'agenda della prossima Bit sarà "Wanderlust", palcoscenico su cui i top ceo internazionali del settore si ritroveranno per un confronto sull'andamento del turismo da qui ai prossimi anni. Attraverso un'analisi integrata che toccherà tutte le principali tematiche come transportation, hospitality, sicurezza e nuove tecnologie digitali, si parlerà di viaggi sempre più sostenibili, consapevoli e personalizzati; e al tempo stesso per tutti, accessibili e transgenerazionali. Seguirà una serie di approfondimenti ad ampio raggio sui macro-trend della filiera dell'ospitalità, che vedono in particolare una maggiore sensibilità verso le esigenze individuali di viaggiatori e lavoratori del settore. Riflettori accesi sulla responsabilità di impresa nell'incontro dal titolo "Tour operator: oltre i ricavi entra in gioco il va-

lore sociale delle aziende" e di bleisure, quella forma di viaggio che combina gli impegni del business con il piacere del tempo libero, nel talk "Viaggi d'affari mai più senza bleisure".

DAL TRAVEL ISPIRATO

DALL'IA ALLA VACANZA DETOX

Numerosi e interconnessi, poi, i focus relativi all'innovazione e alla transizione digitale, per esplorare come questi elementi impattino su customer-experience e operatività del comparto, grazie ai nuovi tool e servizi personalizzati. Sui nuovi software generativi in uso nei motori di prenotazione viaggi si focalizzerà ad esempio il talk "Il ruolo dell'intelligenza artificiale nei viaggi: dall'ispirazione alla prenotazione", mentre protagonista dell'incontro "Mice e AI, matchmaking tra intelligenze per un nuovo modo di comunicare gli eventi" saranno l'interattività e l'immersività. Di opportunità e limiti dell'intelligenza artificiale si parlerà invece nei due seminari "Il ruolo di ChatGpt e dei software generativi nel travel" e "Hotel: automazione, Ai e consulenza umana". Anche la sostenibilità intesa come soluzioni di viaggio sempre più responsabili guadagnerà nuovo spazio nella fiera, che metterà a fuoco il tema del sovraffollamento turistico in "Overtourism, il ritorno: le strategie per evitare gli affollamenti". Da superare attraverso proposte di slow-tourism come quelle che saranno raccontate nell'appuntamento "Natura e turismo, la cultura dell'ambiente per una vacanza di benessere", un'originale interpretazione del viaggio quale "terapia detox". Per valorizzare un'offerta sempre più profonda e completa rivolta al pubblico B2B e B2C, gli organizzatori della BIT2024 preannunciano inoltre un parco espositori con una copertura geografica allargata. Con le destinazioni Cina, Città di Tokyo e Giappone da segnalare tra i rientri internazionali di spicco e l'Italia naturalmente sugli scudi da Nord a Sud, con le prime adesioni di Lombardia, Abruzzo, Friuli-Venezia-Giulia, Toscana e Basilicata. Per quanto riguarda le aziende private infine, tra i nomi di prestigio già svelati figurano MSC Crociere, Giver Viaggi e Cruiseline nell'area crocieristica; la catena Minor Hotels con le sue soluzioni di soggiorno tailor-made nell'ambito dell'hôtellerie; Gardaland, leader consolidato del suo settore in tutta Europa, per i parchi divertimenti.

■ Giacomo Govoni

TRA GLI ESPOSITORI DELLA BIT

Le destinazioni Cina, Città di Tokyo e Giappone da segnalare tra i rientri internazionali di spicco e l'Italia naturalmente sugli scudi da Nord a Sud, con le prime adesioni di Lombardia, Abruzzo, Friuli-Venezia-Giulia, Toscana e Basilicata



Alla scoperta dell'altra Puglia

Nasce Donnapaola Arts Farm. Natura, ruralità, paesaggio in un nuovo centro per l'arte nel cuore della Murgia, poco distante da Altamura. Vito Labarile, ideatore del progetto, racconta questo polo di formazione e studi, che è anche un'ampia tenuta agricola e stazione turistica

L'altra Puglia, ovvero le aree interne della regione dove trovare i segni del suo passato, delle tante esperienze delle comunità che le hanno popolate, un incontro con le bellezze di un territorio che apre i cuori e conferma il paradigma culturale che non c'è futuro senza passato. «Il turismo - afferma Vito Labarile, ideatore del progetto Donnapaola Arts Farm - non può essere solo la dimensione di un intrattenimento del corpo dimenticando la mente degli individui dove si compone la ricerca culturale. Il turismo è incontro tra diversità e linguaggi, è curiosità di conoscere gli oggetti e i luoghi della memoria dei territori che inducono alla riflessione e al cambiamento delle opinioni. Insomma è attraversamento di ambienti dove si scoprono e si capiscono le identità degli altri».

È questo il contesto dell'esperienza di lavoro di Donnapaola che, oltre ad essere società benefit, è un'azienda biologica.

Perché avete scelto una zona tanto remota e con quale obiettivo nasce Donnapaola Arts Farm?

«Donnapaola sviluppa le sue attività su una superficie della Murgia di quasi 300 ettari e sta sperimentando un modello di gestione innovativo per riportare la presenza degli uomini su un territorio che da decenni è stato desertificato. Siamo nel mezzo, tra la Murgia del Sud Est ovvero la Murgia dei Trulli dove c'è tanto "fashion" e tante strutture, e la Murgia del Nord Ovest ovvero gli oltre 70mila ettari di aree del Parco dell'Alta Murgia, dove non c'è quasi nessuno. L'obiettivo è far sì che questo punto si allarghi ri-



Vito Labarile, alla guida di Donnapaola Modern Farm ad Altamura (Ba) - www.donnapaola.it

spetto agli altri due in coerenza con il modello del terzo Paradiso.

Il progetto è finalizzato alla rivalutazione e ridefinizione dell'identità ambientale e antropologica di questo territorio di fascinosa asperità, nell'area Sic dell'Alta Murgia. Qui è possibile praticare un turismo esperienziale sia negli jazzi murgiani restaurati, originari ricoveri per gli ovini, sia nella fattoria, corpo centrale dell'azienda e centro di benessere degli animali».

Quali attività vengono svolte?

«L'attività primaria è una zootecnia rigorosamente libera dove ogni vacca pascola su 3,5 ettari, a valle di un piano di pascolamento elaborato a seguito della mappatura delle piante officinali del-

l'azienda. Così si conosce ciò che gli animali possono liberamente mangiare attraverso una corretta rotazione dei pascoli. La conoscenza del patrimonio vegetale aziendale (oltre 380 essenze pabulari tra cui alcune rare) ha consentito di attrezzare una filiera di settore articolata su piante alimurgiche, tintorie e oli essenziali attraverso un dottorato di ricerca cofinanziato, oltre che da Donnapaola, dal Ministero della Ricerca e dall'Università di Bari.

Si aggiunge la trasformazione del latte e della carne, la vendita e somministrazione dei prodotti oltre all'intrattenimento degli ospiti della struttura in spazi ben attrezzati e arredati.

Ma non ci siamo fermati qui perché abbiamo introdotto il turismo rurale recuperando quattro jazzi esistenti a relais di soggiorno per 42 posti letto, con tanti servizi, camere dotate di ogni confort, solarium e piscina, social room, social kitchen e social dinner. Non manca una grande pulizia dei boschi con decespugliamenti e spalcatore, oltre al recupero di antiche cisterne e alla realizzazione di canalette in legno e pietra che portano l'acqua piovana pulita alle stesse cisterne.

Il tutto si completa con la cultura, quella vera importante dotata di sguardo internazionale...un grande "attrattore" cul-

turale dove i linguaggi delle arti entrano nei linguaggi della natura: arte, gusto e antropologia».

A questo proposito quali sono i vostri progetti?

«Qui stiamo organizzando una grande scuola sul pensiero neorurale affidata a curatori e visiting artist professori di assoluto prestigio per "giovani artisti" che saranno ospitati in un campus attrezzato e potranno usufruire di ampi laboratori artistici, sala talk ed espositiva ed ampie aule didattiche per la formazione. È presente una struttura a torre a più piani dove sarà possibile consultare l'archivio del territorio attraverso postazioni da remoto connesse a una piattaforma telematica in sede cloud e nelle zone superiori i visitatori saranno avvolti da immagini e suoni che invaderanno l'intero spazio e che costituiscono le mostre temporanee dell'attrattore culturale.

Il tutto si completa con un grande "Laboratorio del Gusto" dove arte e food diventano il campo di confronto tra artisti e chef. Insomma un ambiente e un paesaggio dove gli odori e i colori delle piante si integrano in grandi spazi in cui i tre mondi, vegetale, animale ed umano s'incontrano in un silenzio assordante, e dove la Murgia ci ricorda che la "Terra è nuova igiene del mondo"».

■ **Cristiana Golfarelli**

LE ATTIVITÀ

Una zootecnia rigorosamente libera, la trasformazione del latte e della carne, la vendita e la somministrazione dei prodotti oltre all'intrattenimento degli ospiti della struttura



IL RECUPERO DEGLI JAZZI MURGIANI

Gli jazzi murgiani, antichi e robusti ricoveri per gli ovini, sono a Donnapaola abitazioni confortevoli. In queste nuove tipologie di turismo esperienziale ci sono camere, servizi per il tempo libero (solarium e biolago) e per attività sociali di intrattenimento, convivialità, lettura. In ogni camera è costante il riferimento al rapporto tra arte e scienza, grazie all'installazione di opere murali stilizzate, rappresentanti i principali habitat vegetazionali. Attualmente è stato restaurato e rifunzionalizzato lo Jazzo Gravattale, sono invece in via di recupero il Trullo Taglianasso, Trullo Rosario, Jazzo Rosario. Gli interventi sul patrimonio architettonico rurale si stanno effettuando utilizzando esclusivamente materiali, metodi e tecniche tradizionali.

Italia, destinazione Mice

Nel 2023 il turismo congressuale può recuperare il gap rispetto al 2019, ma nel mercato internazionale l'Italia può fare di più, «aumentando il numero di convention bureau territoriali e potenziando le risorse a loro disposizione», afferma Gabriella Gentile, presidente Federcongressi&eventi

Continua il rilancio del turismo congressuale in Italia. Lo rivela l'ultimo Osservatorio italiano dei congressi e degli eventi-Oice. Nel 2022 il settore ha recuperato oltre il 70 per cento degli eventi realizzati nel 2019: si sono, infatti, tenuti 303.689 congressi ed eventi business con un aumento del 251,3 per cento rispetto al 2021. Anche il positivo andamento del comparto nei primi sei mesi del 2023 è incoraggiante. Ne parliamo con la presidente di Federcongressi&eventi Gabriella Gentile.

Quale sarà il bilancio del settore a fine anno e quali sono le previsioni per il 2024?

«Il riscontro che stiamo avendo dai nostri soci che rappresentano l'intera filiera del Mice ci spinge a ritenere che il bilancio di fine anno sarà decisamente positivo, considerando i numeri sia dei congressi promossi dalle associazioni sia degli eventi business. E tutti gli indicatori fanno ipotizzare che il trend sarà mantenuto anche nel 2024. L'andamento in crescita degli eventi in presenza conferma quanto il networking e lo scambio interpersonale, così come le esperienze di conoscenza di una destinazione, siano elementi imprescindibili per eventi e congressi, nonostante la possibilità di realizzare eventi anche in modalità ibrida e virtuale».

Nel 2022 le sedi per eventi hanno continuato a fare investimenti per aumentare la propria competitività. Dopo la pandemia, quali sono le rinnovate esigenze del mercato e le tendenze che si impongono?

«Sicuramente oggi il mercato richiede sedi che siano impegnate sul fronte della sostenibilità e che, quindi, mettano in atto una serie di azioni non solo per limitare e compensare il proprio impatto sull'ambiente ma anche per rispondere agli altri due pilastri della sostenibilità: economico e sociale. Inoltre, lo sviluppo costante e veloce delle tecnologie adottate durante gli eventi per aumentarne l'efficacia comunicativa, divulgativa e formativa fa sì che il personale delle sedi debba essere coinvolto in un programma continuo di formazione e aggiornamento sul tema».

Ilca incorona l'Italia come meta prediletta per viaggi business: secondo i dati 2022, è seconda in Europa e terza nel mondo con 520 mee-



L'ANDAMENTO DEGLI EVENTI IN PRESENZA

Conferma quanto il networking e lo scambio interpersonale, così come le esperienze di conoscenza di una destinazione, siano elementi imprescindibili per eventi e congressi, nonostante la possibilità di realizzare eventi anche in modalità ibrida e virtuale

ting ospitati, dopo Spagna (528) e Stati Uniti (690). Quali sono i punti di forza e di debolezza della proposta italiana?

«I punti di forza del nostro Paese sono molti e, insieme al grande lavoro di promozione svolto da Convention Bureau Italia, gli hanno permesso di ottenere questo risultato. L'Italia è sicuramente un brand riconosciuto, apprezzato e ricercato anche nel settore dei viaggi business legati all'attività congressuale per il suo patrimonio culturale, storico e artistico, la sua tradizione enogastronomica e la sicurezza in termini politici, sanitari e ambientali. A questi elementi si aggiungono poi quelli più "tecnici" e cioè la presenza, per altro in crescita, di strutture alberghiere di alto livello e la professionalità e creatività dei professionisti del settore. Credo che la performance dell'Italia nel mercato Mice internazionale potrebbe ancora migliorare, aumentando il numero di convention bureau territoriali e potenziando le risorse a loro disposizione per le attività di promozione, stanziando incentivi economici per l'acquisizione di eventi internazionali come fatto da molte nazioni competitor e con

l'applicazione dell'Iva ridotta del 10 per cento sulle quote di accesso (o quote di iscrizione) per la partecipazione a congressi internazionali svolti in presenza in Italia».

Tenendo conto dei fattori di instabilità presenti, come si può favorire nel 2024 la crescita della meeting industry Federcongressi&eventi?

«La nostra associazione sta agendo su più fronti per sostenere il riconoscimento e la crescita del settore. Dopo il coinvolgimento nella redazione di un documento programmatico per la parte Mice all'interno del Piano Strategico del Turismo 2023-2027 continuiamo un dialogo costante e costruttivo con il ministro del Turismo Daniela Santanchè e l'amministratore delegato di Enit Ivana Jelinic. Per quanto riguarda invece l'ambito della sanità, grazie anche all'impegno di Gifes, l'unità operativa di Federcongressi&eventi dedicata all'Educazione continua in Medicina-Ecm, abbiamo realizzato molti incontri istituzionali con ministero della Salute, Agenas, Commissione Ecm, Farindustria, Confindustria Dispositivi Medici, Ordine dei Medici, Commissione Camera e Senato e abbia-

mo partecipato ai tavoli tecnici nazionali su Sunshine Act e Payback. Inoltre, per supportare con dati il dialogo con le istituzioni e le istanze avanzate dal settore continuiamo a promuovere l'Osservatorio italiano dei congressi e degli eventi-Oice sviluppandone i focus territoriali come i più recenti dedicati a Piemonte, Veneto e Friuli Venezia Giulia e abbiamo realizzato una ricerca dedicata alle aziende Pco per fotografarne i modelli organizzativi e le performance».

Queste attività si uniscono a quella formativa.

«Sì, perché la crescita non solo delle imprese ma dell'intero comparto ha come caposaldo quello di poter contare su personale aggiornato, professionale e orientato alla clientela. Su questo fronte Federcongressi&eventi si sta muovendo su due livelli: ampliando la formazione e rafforzando i percorsi già in essere».

La formula blended (viaggi + tem-



La presidente di Federcongressi&eventi Gabriella Gentile

po libero) sarà un segmento strategico per l'Italia nel prossimo futuro secondo Enit. Oggi quanto è diffusa questa modalità di viaggio e quali sono le destinazioni italiane che sono o saranno privilegiate?

«Il bleisure è da tempo un trend del turismo business e congressuale. I delegati stranieri che partecipano a congressi in Italia spesso prolungano il proprio soggiorno per visitare il territorio, alla ricerca di esperienze che permettano loro di viverlo in prima persona e in maniera autentica. Non penso, però, ci siano destinazioni privilegiate perché ogni destinazione italiana è un unicum che merita di essere scoperta». ■ **FD**

L'isola che non ti aspetti

L'architetto Pier Luigi Mele presenta l'albergo diffuso Aquae Sinis: un luogo magico che, per la sua bellezza e particolarità, permette di vivere un'esperienza unica all'interno di un contesto suggestivo, in quella parte della Sardegna ancora tutta da scoprire

Nella costa centro-occidentale della Sardegna c'è un paradiso incontaminato riconosciuto dalla Commissione europea come destinazione d'eccellenza 'Eden', una cornice naturalistica unica dove praticare ogni attività a cielo aperto durante tutto l'anno: la Penisola del Sinis. Qui si estendono bellissime spiagge di sabbia bianca come Is Arutas e Mari Ermi, chiamata spiaggia dei chicchi di riso per i suoi bianchi granelli di quarzo levigati dal mare.

Nel suggestivo villaggio di pescatori di Cabras, a pochi km dall'area marina protetta Penisola del Sinis - Isola di Mal di Ventre, sorge l'albergo diffuso Aquae Sinis, risultato della ristrutturazione di antiche case tipiche campidanesi e di un antico fienile, ubicati nel centro storico. «L'idea dell'albergo diffuso nasce nel 2007 - spiega il titolare, l'architetto Pier Luigi Mele - . Due delle quattro strutture mi sono state lasciate in eredità dai miei genitori. Contenevano le botti di vino, gli utensili e ospitavano le bestie da lavoro. "Thermae", "Mistras", "Laguna" e "Pontis" sono i quattro plessi distribuiti fra le vie del centro storico di Cabras, a breve distanza fra loro. Il Sinis non è un luogo di mondanità, offre la natura incontaminata, la cucina tradizionale, i profumi che i venti strappano alla vegetazione e spargono per tutto il territorio. I nostri ospiti sono soprattutto interessati alla cultura, allo sport, all'ambiente».

Cosa significa albergo diffuso?

«Aquae Sinis è un albergo diffuso, ovvero un hotel ricavato in più edifici preesistenti, recuperati con grande attenzione e uniti tra loro in un unico sistema ricettivo, con gestione unica e spazi comuni. È composto di tre dimore che risalgono al Seicento: Thermae, Mistras e Pontis, che sono state ristrutturate e riqualificate con charme ed eleganza in base ai canoni della bioedilizia. Questo consente ai nostri turisti di potersi godere una vacanza



L'architetto Pier Luigi Mele, titolare di Aquae Sinis che si trova a Cabras (Or) - www.aquaesinis.it

cogliendo in pieno lo spirito del luogo, apprezzando il centro abitato e la realtà locale. Ogni angolo della splendida struttura custodisce un pezzo di storia, un'occasione per fare del turismo un incontro e uno scambio fra persone, un'esperienza sostenibile».

Come sono dislocate le strutture che compongono Aquae Sinis?

«La casa principale Thermae, che accoglie la reception, il ristorante km zero con la terrazza panoramica e il centro benessere, si affaccia su uno degli stagni più grandi d'Europa, le altre due case Mistras e Pontis, distanti 150 metri dalla dimora principale, accolgono invece 15 stanze. Mistras ha al suo interno una corte con piscina, Pontis ha invece un ampio giardino dal quale si possono inalare i profumi tipici della macchia mediterranea. Abbiamo molti servizi per i ciclisti (dal parcheggio alla lavanderia) perché cerchiamo di incentivare il cicloturismo».

Come sono le camere?

«Le camere offrono l'atmosfera romantica del passato, in stile sardo campidaneso, con il giu-



COGLIERE LO SPIRITO DEL LUOGO

Ogni angolo della splendida struttura custodisce un pezzo di storia, un'occasione per fare del turismo un incontro e uno scambio fra persone, un'esperienza sostenibile

sto tocco di modernità e tecnologia. Dai tipici soffitti in canna alle tende decorate a mano, tutto ricorda la tradizione del luogo. Il comfort è garantito dai comodissimi materassi in memory foam, doppi cuscini, Tv led 32 pollici, frigorifero, internet gratuito. Si può scegliere tra la camera Classic, dalle tonalità pastello con ampie finestre e bagno privato; la camera Superior, con un piccolo soppalco e un giardinetto privato; la camera Junior Suite, su due livelli, che può ospitare fino a quattro persone; la camera Family Suite, con due stanze luminose vista piscina e un ampio bagno comune; e la camera Romantic Suite, divisa tra zona notte e zona giorno, con la Jacuzzi per due e un romantico giardinetto privato».

La vostra struttura è anche attenta all'ambiente?

«Aquae Sinis ha adottato tutte le misure possibili per rendere il proprio microcosmo sostenibile: le bottiglie di plastica sono state sostituite dal vetro in vuoto a rendere, i rubinetti favoriscono il risparmio idrico, mentre il kit cortesia ha lasciato spazio al dispenser. I pannelli solari producono acqua calda, e sono state acquistate diverse bici elettriche con pedalata assistita. La nostra area marina protetta, inoltre, ha ottenuto la prestigiosa certificazione Cets (Comitato europeo turismo sostenibile)».

Come sono le spiagge?

«A pochi minuti dall'hotel si trovano bellissime spiagge incontaminate e selvagge. Come la spiaggia Is Arutas, una distesa di chicchi di quarzo levigati dal mare caratterizzata dall'acqua cristallina che richiama le spiagge caraibiche. La spiaggia di Maimoni, ai confini dell'oasi naturalistica di Seu, ideale per gli appassionati di snorkeling. La spiaggia di Funtana Meiga, con le sue scogliere rocciose di arenaria e una falesia mozzafiato sulla quale sventa la torre di Seu. La spiaggia di San Giovanni di Sinis, traboccante di storia, con il sito archeologico di Tharros e la torre nuragica. La spiaggia di Capo San Marco, un'alta falesia dominata dal Faro, luogo ideale per lunghe passeggiate alla scoperta della natura più incontaminata e selvaggia. La spiaggia di S'Archittu, con il suo arco naturale scavato nella roccia bianca, che racchiude una caratteristica spiaggia, e con la grande spiaggia protetta ideale per famiglie con bambini».

■ **Beatrice Guarnieri**

PER IL BENESSERE DEGLI OSPITI E DEGLI AMICI A QUATTRO ZAMPE

L'Albergo Diffuso Aquae Sinis offre un centro benessere intimo e rilassante dotato di una piscina riscaldata con idromassaggio, percorso docce cromoterapiche, sauna finlandese, bagno turco, doccia scozzese, sala relax con tisaneria; trattamenti rilassanti, rigeneranti (olistici e tradizionali) tra cui i massaggi agli olii essenziali del Sinis. Piscina esterna, aree comuni, giardino, wi-fi gratuito, parcheggio. Su richiesta, si effettua un servizio di organizzazione di escursioni naturalistiche e visite guidate, escursioni in barca, immersioni nell'area protetta, inoltre, noleggio biciclette, degustazioni enogastronomiche, visite in cantine locali e aziende agricole della zona. Chi soggiorna con il proprio amico a quattro zampe, comunicandolo al momento della prenotazione, ha a disposizione: una ciotola per l'acqua e per il cibo, sacchetti igienici per cani, un contatto veterinario disponibile 24 ore su 24, indicazioni sulle spiagge pet friendly della zona, il contatto di un dog sitter e una serie di percorsi e passeggiate ideali per sgranare le zampe.



PIZZALTO
ROCCARASO

Sport, relax e divertimento, a quota 1440 mt, direttamente sulle piste di Roccaraso.

Hotel 4 stelle, il luogo preferito dalle famiglie per gli ampi spazi e per l'intrattenimento.



Al centro del comprensorio sciistico Alto Sangro, con oltre 120 km di piste collegate tra di loro.



Arredato in stile montano, l'Hotel Pizzalto offre camere confortevoli, ambienti rilassanti: sala hall con camino, sala bar, ristorante, Centro di estetica e benessere Essentia Spa.



Tra i numerosi servizi offerti l'animazione è di certo il fiore all'occhiello, con mini club, junior club e sci accompagnato.

Convenzionati con noleggio attrezzatura e scuola sci.

+39 0864 602383

Via Aremogna, 12 - 67037 Roccaraso (AQ)

pizzalto@pizzalto.com



Il lato misterioso e ancestrale della Sardegna

Rossana Muroli e Francesca Marras presentano la Società Cooperativa Esedra, nata 25 anni fa da un gruppo di giovani coraggiosi e innamorati del loro territorio, che hanno fatto sì che la loro passione diventasse un lavoro

Alla scoperta di una Sardegna nuova e insolita: quella di luoghi ricchi di monumenti che testimoniano la presenza di popoli e civiltà antichissime, tombe di giganti, pozzi sacri, nuraghi, dolmen, menhir, case delle fate. Quella Sardegna misteriosa e magica che ci fa conoscere la Società Cooperativa Esedra. Nata nel 1998, ha sede a Macomer e Bosa, nella Sardegna centro occidentale (Marghine Planargia), ed è formata da un team altamente professionale e specializzato nel campo del turismo culturale e ambientale, offre una serie di servizi che consentono ai visitatori di fare esperienza dell'affascinante realtà sarda. «Eravamo giovani, Francesca, Sergio ed io - spiega Rossana Muroli - in cerca di occupazione. Non volevamo abbandonare il nostro meraviglioso territorio e abbiamo avuto l'idea di creare questa attività, che a Macomer mancava. Una realtà volta soprattutto a offrire servizi per il turismo e la valorizzazione del nostro affascinante territorio. Siamo stati i pionieri di questa non facile impresa, che è stata una scommessa, una sfida, che siamo veramente orgogliosi di avere vinto. Le nostre armi sono state la passione, la cultura e la voglia di farcela. Siamo molto determinati e quello che abbiamo in testa cerchiamo di portarlo avanti».

Migliaia di visitatori provenienti da tutto il mondo hanno potuto conoscere nel corso degli anni una parte di Sardegna autentica, per molti versi ancora sconosciuta ai più, grazie alle guide della Società Cooperativa Esedra, per questo l'esperienza è ancora più intima e personalizzata. «La nostra società è impegnata in diversi settori, dalla gestione di siti archeologici e beni culturali, alla valorizzazione e pro-



mozione del territorio con l'organizzazione di escursioni naturalistiche, storiche, culturali, enogastronomiche e city tour dal mare alla montagna. Nello specifico ci occupiamo della creazione di itinerari turistici, percorsi tematici, eventi; organizziamo escursioni, tour, trekking di vari livelli di difficoltà sia a piedi che in fuoristrada, MTB e ebike, e itinerari di carattere folkloristico-culturale, con pranzi e degustazioni di prodotti tipici locali». La Società Cooperativa Esedra gestisce a Macomer i siti archeologici di Tamuli, Filigosa e il Nuraghe Santa Barbara, oltre che il museo etnografico Le Arti Antiche e il rifugio montano di Su Cantareddu. Sicuramente fra le escursioni naturalistiche più suggestive c'è quella "Lungo il Volo dei Grifoni", che consente di ammirare il volo planato dell'unico avvoltoio tra quelli originariamente presenti in Sardegna ad essere sopravvissuto.

Esedra ha sede a Macomer (Nu)
www.esedraescursioni.it

«Nei siti archeologici da noi gestiti - continua Francesca Marras-, da diversi anni organizziamo eventi che consentono non solo di visitare e conoscere il monumento ma di viverlo in maniera diversa: ad esempio, ogni anno, il 10 agosto c'è la manifestazione Tamuli nella notte di San Lorenzo, l'appuntamento più atteso dell'estate, con la danza delle maschere tradizionali della Sardegna intorno ai Betili (pietre coniche che rappresentano simbolicamente le divinità maschile e femminile, capaci di richiamare, secondo antiche

concezioni agrarie, nuova vita dalla morte) nel ricordo di rituali ancestrali. Durante l'evento ancora performance teatrali e spettacoli musicali e, al calar del sole, tutti con il naso all'insù per l'osservazione guidata della volta celeste con l'ausilio dei telescopi astronomici. I visitatori che vengono qui organizzano la loro vacanza cercando di inserire proprio la notte di San Lorenzo per partecipare a questo evento». Esedra, in qualità di Trenino Verde Point dal 2002 autorizzato dall'Arst, promuove e organizza gli itinerari del Trenino Verde della Sardegna per la tratta turistica Macomer-Bosa, un viaggio che non è solo viaggio ma una scoperta del territorio e della sua anima più intima, lungo poco più di 46 km, che attraversa ampi tancati delimitati da muretti a secco, boschi di sugherete, antiche abbazie, vigneti di Malvasia e, per finire, il mare. «È un'esperienza unica perché non facciamo tanto un viaggio in treno quanto un viaggio con il treno: a bordo della carrozza storica Bauchiero con la guida e fermate pensate per ammirare i murali, i monumenti, o fare degustazioni.

Gestiamo anche il rifugio montano ubicato in località Su Cantareddu, presso la montagna di Sant'Antonio a Macomer, la cui struttura, situata a circa 700 m s.l.m., è inserita in un'area di rilevante interesse naturalistico e importanti resti archeologici. All'interno dei locali c'è la possibilità di organizzare pranzi tipici, manifestazioni, incontri, convegni immersi in un'oasi di verde e a pochi chilometri dalla città». Far conoscere gli aspetti archeologici, storici e ambientali del territorio non è limitato soltanto ai semplici turisti o ad appassionati di escursioni, ma anche ai più piccoli con tante proposte, iniziative e laboratori didattici per imparare divertendosi. «Da anni collaboriamo con scuole, università, gruppi ricerca, mettendo a loro disposizione tutta la nostra esperienza. Lavoriamo a 360 gradi, il nostro target va dal bambino dai 3 anni fino all'età avanzata: appassionati del trekking, della natura, fino al semplice visitatore della domenica, cerchiamo di accontentare tutti. Inoltre - conclude Rossana Muroli - ci occupiamo anche di servizi alla persona, quali prenotazioni alberghiere, trasporti, accoglienza e assistenza nei porti e aeroporti, noleggio auto, mountain bike ed e-bike».

■ **Cristiana Golfarelli**

VERSO ESEDRA VIAGGI TOUR

Da gennaio la Società Cooperativa Esedra, a Macomer, presenterà una grande novità: aprirà un'agenzia di viaggi, che si chiamerà Esedra Viaggi Tour. Sarà rivolta ad una fetta di mercato internazionale, che vuole visitare la Sardegna. «L'idea - spiega Francesca Marras - è nata dalle numerose richieste che ci sono state fatte nel corso degli anni dai clienti esteri (tedeschi, inglesi, spagnoli e francesi e cercheremo soprattutto di soddisfare le loro richieste, aprendoci però anche ad altre nazionalità per allargare la nostra offerta».



Il turismo traina il Veneto

Nei primi nove mesi del 2023, il «Veneto 'tira' forte nel mercato turistico mondiale», sottolinea Luca Zaia, presidente della Regione che s'impegna a investire sul futuro del tessuto produttivo e delle imprese, «puntando a una crescita sostenibile effettiva e non di facciata»

Il 2023 del turismo veneto si annuncia come l'anno dei record. Nel periodo gennaio-settembre, i turisti che hanno soggiornato in regione sono in crescita rispetto allo stesso periodo pre-covid (2019), con circa 17,4 milioni di arrivi (+3,6 per cento), e 63,9 milioni di presenze (+0,4 per cento). «Dati ottimi, che confermano che il turismo in Veneto è un'industria trainante, che ha saputo reagire alla crisi guadagnando ulteriori fette di mercato», commenta il presidente della Regione Luca Zaia che ringrazia l'impegno e la visione degli operatori del settore, «affiancati dal supporto della Regione e delle istituzioni». Gli arrivi turistici, aggiunge il governatore, sono aumentati in quasi tutte le destinazioni, «con fenomeni nuovi che diversificano l'offerta, anche fuori stagione, come le Colline del Prosecco, le attività culturali e letterarie in località considerate minori, il richiamo degli eventi enologici e gastronomici. Oltre alle attività sportive all'aperto e al turismo esperienziale che prende piede anche nelle città d'arte». Con il presidente Luca Zaia procediamo poi con un'ampia panoramica sullo sviluppo della regione.

Per quanto riguarda il Pnrr, il Veneto sta mettendo a terra interventi per un valore che supera i 10 miliardi di euro, soprattutto sul fronte delle infrastrutture, come l'alta velocità/alta capacità (Brescia- Verona- Vicenza - Padova). Qual è il punto sull'avanzamento del progetto?

«L'alta velocità sarà fondamentale per la crescita e lo sviluppo del Veneto e per interconnettere l'intero nord-est al resto dell'Europa. A fine marzo il Cipess ha messo nero su bianco i contorni del finanziamento

Luca Zaia, presidente Regione Veneto



ARRIVI TURISTICI IN AUMENTO

Con fenomeni nuovi che diversificano l'offerta, anche fuori stagione, come le Colline del Prosecco, le attività culturali e letterarie in località considerate minori, il richiamo degli eventi enologici e gastronomici. Oltre alle attività sportive all'aperto e al turismo esperienziale nelle città d'arte

to del primo lotto dell'infrastruttura, che verrà stanziato anche con l'impegno di Mit e Rfi e a luglio sono stati aggiudicati i lavori del nodo di Verona Ovest. Poter muovere su rotaia passeggeri e merci, con maggior velocità, significa 'maggior portata' per il tessuto economico del Veneto: ne beneficeranno le imprese e i cittadini e sarà un volano anche in termini turistici per le tre città d'arte attraversate dall'alta velocità».

Come sta reagendo il sistema produttivo di forte all'elevata incertezza associata al perdurare dell'inflazione, agli effetti dell'aumento dei tassi d'interesse e alle tensioni geopolitiche internazionali?

«L'escalation nel vicino Medio Oriente sta influenzando prezzi e borse internazionali e il Fondo Monetario Internazionale ha previsto nel World Economic Outlook di ottobre una crescita globale del 3 per cento nel 2023 e 2,9 per cento nel 2024. Prometeia fornisce una previsione tendenziale per il 2023 del Pil italiano dello 0,7 per cento, appena inferiore rispetto a quanto prospettato nella Nota di Aggiornamento al Def, che prevede un +0,8 per cento per il 2023, mentre per il Veneto è attesa una crescita del Pil pari al +0,9 per cento. Nello scenario internazionale, e di

flesso in quello locale, persiste la preoccupazione che il rialzo dell'inflazione possa ostacolare la crescita. Infatti, l'ascesa dei prezzi dei prodotti alimentari si è accentuata negli ultimi mesi in Veneto, mentre assistiamo a una netta frenata dei prezzi della divisione abitazione, acqua, elettricità, combustibili e dei trasporti. Nonostante un aumento generalizzato dei prezzi, il turismo veneto è in crescita. Viene confermato anche il primato nell'export di vino nel primo semestre del 2023: il Veneto da solo esporta più di Piemonte e Toscana messe insieme, le due regioni che seguono il Veneto nella graduatoria regionale. Tuttavia, nel primo semestre del 2023 inizia a emergere una flessione delle esportazioni».

Quali obiettivi e strategie guidano il potenziamento del tessuto produttivo veneto, anche in ottica export?

«Siamo una regione che continua a crescere, i cui dati economici dicono che il Pil dovrebbe crescere dello 0,9 quest'anno, siamo una regione leader e tale vogliamo continuare a essere. Per questo ci stiamo impegnando nel proseguire nel supportare i settori produttivi, in particolare il manifatturiero. Nell'ambito della nuova Programmazione Fesr 2021-2027, abbiamo programmato

di mettere a disposizione del territorio oltre 500 milioni di euro per sostenere gli investimenti delle imprese attraverso misure finalizzate a digitalizzazione, qualificazione professionale, riorganizzazione aziendale e transizione green. Parte di queste risorse verrà utilizzata per attivare strumenti finanziari (sulla falsariga del Fondo di rotazione Anticrisi Attività Produttive), che permettano di erogare finanziamenti a tasso agevolato combinati ad una quota di contributo a fondo perduto. Inoltre, visto il successo ottenuto, abbiamo rifinanziato con 20 milioni di euro la Sezione speciale Regione Veneto istituita presso il Fondo Centrale di Garanzia. Strumenti che aiutano concretamente le nostre Pmi nell'accesso al credito, da sempre elemento critico per gli imprenditori. A tutto ciò si aggiungono i bandi dedicati alle imprese con finanziamento a fondo perduto, come, ad esempio, il bando per l'internazionalizzazione delle Pmi (3 milioni di euro) oppure quello dedicato ai Distretti del Commercio da 10 milioni di euro che punta alla rigenerazione urbana e alla ripresa economica nell'ambito dei nostri piccoli centri. Ricordo, infine, i 185 milioni di euro che nell'ambito del PR Fesr 185 milioni di euro abbiamo scelto di destinare direttamente a sostegno di progetti e iniziative per la ricerca e l'innovazione. È un cospicuo impegno che dimostra quanto Regione del Veneto creda e investa sul futuro del proprio tessuto produttivo, sulle nostre imprese, puntando a una crescita sostenibile effettiva e non di facciata».

Il 2024 sarà l'anno dell'attuazione dell'autonomia differenziata?

«Lo spero veramente. Il percorso è giunto all'approvazione del disegno di legge da parte della Commissione parlamentare bicamerale per le Questioni regionali. È un nuovo importante traguardo, una nuova pietra per la costruzione di un grande e solido edificio che sta continuando costante. È innegabile, che anche grazie all'opera determinata del ministro Calderoli, questo Esecutivo, guidato dal premier Meloni, sta affrontando a tappe serrate il tema dell'autonomia differenziata come non era mai stato fatto fino ad ora, consapevole di dover dare una risposta a una importante componente di cittadini del Paese, i veneti, che lo hanno richiesto in modo plebiscitario con il referendum consultivo del 2017. È un cammino perfettamente in linea con la Costituzione varata nel 1948, non è contro nessuno ma rappresenta la grande opportunità per tutti, quella che lo tragherà il Paese dalle secche di un immobilismo medievale a un nuovo rinascimento. È la vera riforma per entrare nella modernità e nell'efficienza». ■ **Francesca Druidi**

Bello per gli occhi e lo spirito

Dalla cura meticolosa nell'arredamento di tutti gli ambienti, fino alla personalizzazione dei servizi, l'accoglienza al The Glam Boutique Hotel & Apt fa dell'attenzione ai dettagli il suo punto di forza, come racconta Anna Pellattiero

Una delle tendenze più in voga degli ultimi anni è quella di trascorrere una vacanza scegliendo una boutique hotel: si tratta di strutture ricettive di lusso, con servizi esclusivi e che si distinguono per l'atmosfera ricercata ed elegante, avvolta dalla storia.

«Per definizione "boutique hotel" sta per piccolo hotel di lusso, caratterizzato da arredamenti unici ed atmosfere ricercate - spiega Anna Pellattiero, direttore di The Glam Boutique Hotel & Apt. -. L'obiettivo non è solo quello di fornire agli ospiti un posto dove dormire, ma anche offrire un'esperienza di viaggio chic, all'insegna del comfort e del lusso. Per noi vuol dire dare al nostro ospite un servizio quanto più personalizzato in base alle esigenze che si hanno o che possono nascere, a partire dalla prima colazione, che vuole essere un momento di ritrovo e piacere per tutti i palati, dalle prime luci dell'alba per tutto il mattino. Si può scegliere dal buffet, tra morbidi dolci preparati con cura dai migliori pasticceri della zona, fragranti cornetti appena sfornati e farciti in casa con le confetture del nostro Altopiano, biscotti artigianali e infinite specialità dolci, yogurt e cereali, frutta fresca e disidratata, i succhi di frutta, le spremute e i numerosi prodotti salati. Altra punta di diamante sono i nostri eventi privati, direttamente realizzati da noi con un taglio "tailor



made" in una location unica».

Il servizio di conciergerie è a disposizione per fare vivere appieno l'esperienza del The Glam nel centro storico di Vicenza. «Esaudiamo i desideri e soddisfiamo ogni richiesta dei nostri ospiti, prenotando i migliori ristoranti a Vicenza, i più esclusivi transfer privati, le più interessanti visite guidate, biglietti per spettacoli ed eventi e organizzando celebrazioni e ricorrenze speciali. Dalle visite guidate alle meraviglie palladiane, tour enogastronomici, trasferimenti privati, fino all'ultimo dettaglio».

The Glam Boutique Hotel & Apt ha sede a Vicenza
www.theglamhotel.it

Fin dai suoi albori il Glam Boutique Hotel, che sorge su un palazzo storico situato in una delle piazze principali di Vicenza, ha attirato l'attenzione per il colore scuro distintivo delle sue facciate esterne, rappresentando una struttura sempre in evoluzione. Il rinnovamento dello scorso agosto e l'ampliamento della struttura dimostrano il suo impegno a voler rimanere fresca e aggiornata, offrendo agli ospiti nuovi piccoli angoli di relax. Ogni membro del team, inoltre, mira a offrire un servizio tanto accogliente quanto eseguito a regola d'arte, cercando in ogni caso di soddisfare, se non anticipare, i bisogni degli ospiti. Il servizio, quindi, è plasmato sulle necessità e i desideri di ogni singolo cliente, a partire dalla colazione fino a transfer o gite turistiche. L'albergo 4 stelle, composto da camere differenti l'una dall'altra, incontra lo stile e il gusto ricercato di chi vi alloggia. «La mission del The Glam Boutique Hotel & Apt. è creare un momento memorabile nella vita di chi vi

soggiorna, lasciando un'impronta duratura nella memoria e trasmettendo la bellezza del rallentare e godersi il momento. Ad ogni singolo viaggiatore cerchiamo di far percepire la sensazione di qualità che una struttura come la nostra può offrire sapendo che l'hotel non sarà un ostacolo, ma semmai un punto in più di cui beneficiare, sia per la grande cura offerta dal personale che per l'elasticità offerta ai clienti».

Ogni ambiente è stato progettato non solo per il relax, ma anche per il piacere estetico, riempiendo gli spazi con arte che incanta, stimola la riflessione e trasmette emozioni. Tanti sono i motivi che spingono qualcuno a circondarsi d'arte, per bellezza o per passione. In questo luogo l'arte è impulsiva, vuole esistere, per amalgamarsi insieme, creando un ambiente confortevole per i nostri ospiti. «Nella struttura si possono trovare le iconiche paperelle di T.P. Hardisty, poster, fotografie e quadri di note gallerie come la Stark Gallery, e come "La Gabbia" e "Andy Warhol" di Enzo Fiore: due opere particolari e complesse, nate da detriti, sassi, rami e foglie che hanno cessato di essere semplici sedimenti, dando vita a qualcosa di nuovo».

La hall, con le sue stampe, parla di luoghi e colori lontani, che permettono a chi le guarda di vivere e immaginare nuovi viaggi; alcuni oggetti firmati, invece, sono stati scelti per la loro particolarità e l'arte che volevano veicolare, creando semplicemente un fil rouge che unisce tutti gli ambienti tra di loro.

«La nostra clientela è per lo più business, in viaggio per lavoro, con esigenze ben delineate, ma non mancano anche viaggiatori per leisure, per vacanza e turismo, per cultura e natura, ciò che non cambia è che da noi troveranno un'accoglienza tanto precisa quanto calda, in un connubio tra solennità e familiarità mirato a creare un'esperienza indimenticabile firmata con stile, firmata The Glam».

■ **Beatrice Guarnieri**



ART HOTEL

Nella struttura si possono trovare le iconiche paperelle di T.P. Hardisty, poster, fotografie e quadri di note gallerie come la Stark Gallery, e come "La Gabbia" e "Andy Warhol" di Enzo Fiore

NEL CENTRO DI VICENZA

Il The Glam Boutique Hotel & Apt, incastonato nella splendida Vicenza, città di Andrea Palladio, è pronto ad accogliere tutti coloro che lo sceglieranno e scopriranno cosa si nasconde nel cuore del Veneto, tra architettura, artigianato orafa e l'immancabile scelta gastronomica.

The Glam Boutique Hotel & Apt è facilmente raggiungibile sia in auto che con mezzi pubblici grazie alla sua posizione centrale. L'atmosfera rilassante e soffusa vi farà sicuramente apprezzare sia i soggiorni di piacere, che quelli di dovere.

Brividi olimpici

Grazie alla neve di fine novembre, è partita presto e bene la stagione invernale sulle gemme dell'arco alpino, che già pensano ai "cinque cerchi". «Cortina non può che essere la regina di questi Giochi» sostiene Maria Lorraine Berton

Vette maestose, boschi innevati, piste preparate a regola d'arte e un comodo skypass unico, per ammirare ogni angolo di questo paradiso bianco. È la cartolina mozzafiato che regalano le Dolomiti, punta di diamante del giacimento turistico italiano distribuito su 12 comprensori in provincia di Trento, Belluno e Bolzano, che già stanno assaporando il clima olimpico. «Le piste bellunesi sono pronte- assicura Maria Lorraine Berton, presidente di Confindustria Belluno Dolomiti- la neve e le temperature dell'ultima parte di novembre hanno permesso a molti comprensori di anticipare l'apertura rispetto alla tabella di marcia. Il sentiment tra gli addetti è positivo e, considerato che nel 2019 il turismo bellunese aveva raggiunto circa 3 milioni e 750 mila presenze mentre nel 2023 siamo già a 3 milioni e 100 mila tra gennaio e agosto, possiamo dire di aver raggiunto- e in alcuni casi superato- i livelli pre-Covid».

Quali indicatori fanno presagire che la stagione turistica volga al sereno?
«Nel carosello Dolomiti SuperSki la scorsa stagione invernale è stata la migliore di sempre. Il mercato interno ha tenuto e la clientela internazionale è in espansione, segno che stiamo diventando sempre più competitivi e che le nostre aziende stanno innova-



re. Sono tornati i tedeschi e si è definitivamente consolidato il turismo dall'Est Europa, Polonia in primis. Gli statunitensi, poi, sono in costante crescita e questo è forse uno dei dati che più ci fanno sperare. Il turismo bellunese ha dimostrato una resilienza eccezionale: non dimentichiamo che i Mondiali

di Cortina 2021 sono stati uno dei pochi eventi sportivi internazionali di quella stagione, in piena epoca Covid. I costi energetici poi hanno impresso gravi choc, ma abbiamo tenuto duro, anche perché all'orizzonte ci sono le Olimpiadi».

L'appuntamento con i Giochi olimpici rappresenta un veicolo eccezionale di promozione territoriale, ma anche un enorme attrattore di investimenti. Come vi state muovendo per onorare questo palcoscenico?

«Le Olimpiadi 2026 dovranno essere organizzate alla perfezione, superando le difficoltà emerse finora. Senza la pista da bob, per intenderci, bisognerà procedere con la redistribuzione delle gare. Non ci sono vie alternative. Parliamo di un evento capace di calamitare l'attenzione di 3 miliardi di spettatori, 160 mila ore di produzioni tv, milioni di turisti partecipanti come pubblico. Sul fronte infrastrutturale sono mobilitate risorse per centinaia di migliaia di euro. Solo per il Veneto, si stimano circa 14 mila posti di lavoro in più e un valore di produzione di circa un miliardo e mezzo. Non possiamo e non dobbiamo sbagliare. Cortina, capitale indiscussa delle Dolomiti Unesco, non può che essere la regina di questi Giochi: è una questione di interesse nazionale».

Su quali asset strategici punterete per comunicarne la bellezza?

«La bellezza dovrà andare di pari passo con l'innovazione e il turismo sostenibile. Ski-

pass online, app, nuove tecnologie in generale sono una svolta necessaria per il turismo, in particolare per quello invernale. Su questo i nostri impiantisti sono mobilitati e la nostra montagna è sempre più 4.0. Un altro esempio è la collaborazione in corso tra Confindustria Belluno Dolomiti e Anas per valorizzare la prima smart road realizzata in Italia, utilizzandola come un grande laboratorio a cielo aperto a disposizione di aziende e start up che vogliano sperimentare nuove soluzioni tecnologiche anche applicate al turismo, alla sicurezza in montagna, ai servizi».

«Altre iniziative su cui state investendo per favorire il comfort e l'accessibilità dei luoghi?»

«Nell'ultimo biennio abbiamo lanciato e reso operativa la "Dolomiti Innovation Valley", un ecosistema per l'innovazione e le competenze, con l'obiettivo di accrescere l'attrattività un territorio bellunese che perde mille abitanti l'anno. I nostri impiantisti stanno poi continuando a innovare sulle strutture: dalle tecnologie per il refrigeramento all'innervamento con nuovi generatori. La nostra montagna, infatti, è alle prese anche con il cambiamento climatico e non possiamo non adottare nuove soluzioni "green" che permettano di contenere i costi energetici in futuro. In quest'ottica, dobbiamo poi accelerare sulla destagionalizzazione, già peraltro in corso».

Lavorando su quali direttrici e formule di offerta?

«Si pensi all'utilizzo ormai massiccio degli impianti di risalita per il downhill, ormai una disciplina diffusissima e dai grandi numeri. In generale, sempre di più, dobbiamo parlare di "turismo esperienziale": le nostre Dolomiti sono innanzitutto una "esperienza" a 360 gradi, che può rientrare in progettualità più ampie. Anche dialogando con altre destinazioni turistiche, che in Veneto- prima regione turistica d'Italia- certo non mancano. Siamo le montagne di Venezia, la città più "desiderata" al mondo. Possiamo insomma diventare ancora più attrattivi: creatività e resilienza non mancano. Alla politica e alle istituzioni chiediamo un sostegno agli investimenti e di adottare misure specifiche per le terre alte».

■ Giacomo Govoni

LE DOLOMITI

Sono un'"esperienza" a 360 gradi che può rientrare in progettualità più ampie. Anche dialogando con altre destinazioni turistiche, che in Veneto- prima regione turistica d'Italia- certo non mancano



Maria Lorraine Berton, presidente di Confindustria Belluno Dolomiti



Monte Pana Dolomites, la gemma della Val Gardena

Monte Pana
★★★★
DOLOMITES HOTEL

Monte Pana Dolomites Srl
Strada Pana, 45
39047 Santa Cristina (Bz)
Tel. 0471 793600
www.montepana.it - info@montepana.it

Un albergo di prestigio, un ambiente elegante e raffinato, una posizione unica. Benvenuti al Monte Pana Dolomites, una vera e propria istituzione a 4 stelle della Val Gardena. Più precisamente, siamo a Santa Cristina (Bz), in una struttura alberghiera che fa della sua posizione uno dei punti di maggiore attrazione: situata sulle piste da sci, dà la possibilità di accedere facilmente alle magnifiche opportunità offerte dal Sellaronda e, incastonata ai piedi del maestoso Sasslungo, la vista panoramica sulla valle è semplicemente mozzafiato. Qui il fascino tradizionale delle Dolomiti si accompagna a servizi e comfort moderni. Tale scenario idilliaco rende il Monte Pana una scelta ideale sia per le famiglie che desiderano trascorrere momenti speciali sulla neve, sia per coloro che cercano una fuga tranquilla in mezzo alla bellezza naturale delle Dolomiti. Per i nostri ospiti che desiderano il massimo relax, offriamo un centro benessere attrezzato con tutte le comodità necessarie per rigenerare corpo e mente dopo una giornata di sci o di escursioni nella natura. Il nostro ristorante propone deliziosi piatti locali e internazionali, preparati con passione e ingredienti freschi, per soddisfare anche i palati più esigenti. Infine, per gli amanti dello sci, mettiamo a disposizione una ski room e una scuola di sci interna, per assicurarci che i nostri ospiti possano trascorrere momenti indimenticabili sulla neve e migliorare le proprie abilità sulle piste.

Un'oasi di pace nel cuore delle Dolomiti

Con la famiglia Doardo scopriamo l'Hotel Lago della Creta: elegante e intimo nello stesso tempo, è il luogo ideale dove rigenerarsi e ritrovare se stessi, adatto ad ogni stagione dell'anno, per vivere un'esperienza unica, lontani dallo stress della vita quotidiana

Vecchi masi e borghi, rimasti inalterati nei secoli e dispersi su tutta la valle, caratterizzano ancora oggi l'immagine delle Dolomiti e della Val di Braies, così apprezzata per il suo carattere pittoresco e l'atmosfera idilliaca, che nel 1980, per tutelarne lo straordinario paesaggio naturale, è stato istituito il Parco Naturale Fanes-Sennes-Braies. Immerso nel verde del parco naturale l'Hotel Lago della Creta è un'oasi dove poter rifugiarsi per staccare dalla vita di tutti i giorni e rigenerarsi. La posizione è strategica per gli amanti della vita all'aperto, infatti la vicinanza alle piste da fondo e agli impianti di risalita del Plan de Corones lo rendono un vero paradiso per gli sportivi in inverno, mentre in estate è possibile dedicarsi a trekking, escursioni e arrampicate in alta montagna. «La struttura sorge a 3 km dal paese, tra i boschi di Marebbe: chi arriva qui si ritrova completamente immerso nella natura, come fosse stato catapultato in un altro mondo - spiega la famiglia Doardo -. È questo lo scopo della nostra famiglia, fare in modo che i nostri ospiti godano di un'esperienza unica, focalizzata sul relax e la serenità. Il buon umore qui è di casa: viviamo in un posto incantato dove la montagna incontra il lago e dove gli sport lasciano sempre spazio a momenti di riposo utili per rigenerarsi. Invitiamo i nostri ospiti a lasciarsi travolgere dall'entusiasmo e dall'allegria, così affrontiamo ogni giornata e li accogliamo con calore cercando di farli sentire amici e non semplici clienti. La fresca aria di montagna, la splendida vista e la tranquillità sono un vero toccasana per disfarsi dello stress, dei frenetici ritmi quotidiani e per farsi lunghe dormite. È un luogo ri-



A MISURA DI COPPIA
È un luogo riservato e romantico, particolarmente consigliato alle coppie che desiderano godersi un soggiorno in un posto intimo e accogliente

servato e romantico particolarmente consigliato alle coppie che desiderano godersi un soggiorno in un posto intimo e accogliente».

Il lago è un punto centrale in ogni ambito della vita dell'hotel, dalle stanze che vi ci si affacciano regalando panorami da sogno, all'intima sala wellness costruita al livello dell'acqua, fino ai sapori proposti dal ristorante.

Molto probabilmente il turista che arri-



Hotel Lago della Creta ha sede a San Vigilio di Marebbe (Bz) - www.lagodellacreta.com

va a San Vigilio non si aspetta di mangiare pesce ma al Lago della Creta la montagna e il mare si incontrano. Lo chef, discepolo della nouvelle cuisine e con una lunghissima esperienza in ristoran-

ti di livello, è un adepto della cucina genuina che rifiuta di perdere i sapori di un tempo. «Tutto ciò è coerente con la filosofia del posto che, pur ricercando sempre nuovi modi di avanzamento e miglioramento, abbraccia il classico, la storia, l'eleganza.

Al Lago della Creta il tempo passato a tavola è sacro, questo pensiero non si limita solo ai piatti, rigorosamente preparati sul momento con materia prima di qualità, ma anche allo scenario che incornicia il pasto. L'ospite può infatti scegliere se sedersi sulla terrazza panoramica che dà sul lago o su una delle antiche stube in legno. Chi poi vuole sorseggiare un buon caffè o un rilassante aperitivo in un ambiente unico, può accomodarsi nel nostro accogliente bar, che offre la splendida vista sul lago. La natura circostante crea un'atmosfera tranquilla e invitante, perfetta per un momento di piacere e relax. L'aperitivo infine è il modo perfetto per concludere la giornata o iniziare una serata indimenticabile con gusto e stile».

Un altro gioiellino dell'hotel è la sala wellness. Il punto forte è la vasca idromassaggio che guarda dalla grande vetrata l'imponente monte Pares specchiarsi sulle acque. La spa si trova direttamente fronte lago tanto che gli ospiti sdraiati in sala relax o immersi nella Whirpool spesso possono godere della compagnia di Romeo e Giulietta, gli amati cigni che abitano nel lago e che ogni tanto si avvicinano incuriositi. «Tutto va vissuto in prospettiva del relax e del benessere - sottolineano i titolari -. Le tre saune (infrarossi, finlandese e bagno romano) hanno infatti proprietà sia per il corpo che per la mente. Sono un vero toccasana per la muscolatura e per la pelle ma anche un ottimo modo per combattere lo stress e sciogliere i nervi. Dopo una giornata passata in montagna sugli sci non c'è nulla di meglio: il tepore che abbraccia il corpo, il profumo del legno e delle essenze, una tisana calda da sorseggiare in piena pace. Un'esperienza unica che vale la pena provare è la private spa in notturna. Si tratta dell'uso esclusivo della sala wellness la sera. La proposta guarda soprattutto alle coppie che possono così passare un momento romantico al lume di candela brindando con un calice di vino. Tra i nostri progetti c'è quello di ampliare la zona wellness aprendo un centro massaggi e di costruire dei mini appartamenti con vista lago».

Nelle tiepide serate estive lo splendido giardino regala un'esperienza straordinaria: qui si possono prendere aperitivi rilassanti o gustare una sana grigliata sotto le stelle, il tutto accompagnato da buona musica che crea l'atmosfera perfetta. «Questo è il luogo ideale per condividere momenti speciali con amici e familiari, immersi nella bellezza del nostro lago e del buon cibo».

■ **Beatrice Guarnieri**

UN SOGGIORNO INDIMENTICABILE

La ricchezza della natura e l'ambiente che caratterizza questo territorio sono un invito alla scoperta. Basta lasciarsi ispirare e saranno mille le attività che si possono organizzare senza sosta sul lago e in montagna. E per coloro che anche in vacanza mettono sempre sport e attività fisica al primo posto, l'offerta è articolata e interessante: sport di acqua, aria e terra sono protagonisti. Da entusiasmanti sessioni di trekking estivo a emozionanti avventure sugli sci invernali, passando per avvincenti percorsi in mountain bike, eventi eccezionali e serene passeggiate a cavallo, l'Hotel Lago della Creta offre un mondo di opportunità per rendere il vostro soggiorno indimenticabile in qualsiasi stagione.

Via Ponte Alto, 26
Cognola (TN)
www.villamadruzzo.com

Tel: +39 0461 986220
+39 349 6012019
Email: info@villamadruzzo.it



VILLA MADRUZZO

HOTEL & RESTAURANT



Eleganza e relax a due passi dalla città

Villa Madruzzo è un'elegante residenza d'epoca costruita poco prima del Concilio di Trento (1545-63) e situata sulla collina di Trento, a soli 4 km dal centro città. L'hotel prende il nome dalla più famosa dinastia di principi vescovi del Trentino: i Madruzzo, i quali la scelsero come loro dimora estiva. Il corpo centrale, denominato "la Villa", ha mantenuto l'intimità e la struttura architettonica di un'abitazione in stile cinquecentesco: qui sono situate le antiche stanze cardinali con ambienti dal gusto antico e attenta sensibilità per la tradizione storica. L'hotel presenta inoltre due eleganti corpi moderni collegati alla "Villa" grazie a un percorso interno. La diversificata tipologia di stanze e la cornice collinare rendono Villa Madruzzo la meta ideale sia per il viaggiatore che per colui che necessita di ristorarsi dopo un intenso viaggio di lavoro. L'albergo dispone di un centro benessere con piscina interna e un ampio giardino con fontana. Il ristorante, aperto anche al pubblico, propone piatti tipici della tradizione trentina e un'accurata scelta di piatti della cucina italiana. Villa Madruzzo vanta sale riunioni attrezzate per ospitare eventi, convegni e corsi di formazione.





EXCELSIOR
dolomites life resort



IN PRIMA FILA
per lo spettacolo delle Dolomiti!



Si esce dalla porta e si entra, con gli scarponi caldi e già allacciati, sulle piste da sci! Questo non è il soltanto il sogno dei patiti della neve, è anche la realtà dell'Excelsior Dolomites Life Resort.

Il resort dal cuore green, che vanta la prestigiosa certificazione GSTC, offre servizi speciali per gli amanti della montagna, 2.500 mq di aree benessere e una cucina prelibata.

Offerta speciale 7=6 dal 16.03 al 01.04.24
7 notti da 1.164,00€ a persona inclusa la pensione gourmet ³/₄

Scannerizza il
codice e
prenota la tua
vacanza
#myexcelsior



Lassù, con la Tigre delle nevi

Le piste più ripide, i comprensori più confortevoli, le vedute più spettacolari, gli scorci intimi e nascosti, la sua adorata Courmayeur.

A spasso per le nostre Alpi con Federica Brignone, regina dello sci azzurro dall'animo green

Con 5700 km di piste servite da oltre 1700 impianti di risalita, in Italia per chi ama sciare c'è l'imbarazzo della scelta. A meno che non si disponga di una guida speciale come Federica Brignone, che quell'imbarazzo l'ha superato all'età di un anno e mezzo, entrando in un negozio di sport a Tignes assieme al papà maestro di sci e la mamma ex atleta di Coppa del Mondo. «Appena i miei genitori si sono distratti un attimo - ricorda la fuoriclasse delle nevi - ho preso un paio di sci di plastica e ho voluto subito provarli. Più tardi, fuori nel parcheggio a -10°C, zampettavo felice con un sorriso larghissimo senza tutti i denti. In seguito, sono venute le prime discese a Courmayeur dietro casa dei nonni, sempre con gli sci di plastica». E da grande, i trionfi a ripetizione sui tracciati più blasonati della Coppa del Mondo che l'hanno resa l'italiana più titolata nella storia dello sci azzurro, oltre che una campionessa di pratiche green, impegnata in prima linea a favore dell'ambiente.

A quali piste del nostro arco alpino si legano le sue emozioni (sportive e non) più belle?

«Le emozioni più grandi nella mia carriera le ho vissute a La Thuile durante la Coppa del Mondo: gara in casa, tifo incredibile e qualcosa che non avevo mai provato prima. Sestriere, Kronplatz e Val di Fassa, dove ho vinto rispettivamente due slalom giganti e un super G, sono tra le tante vittorie quelle che mi hanno regalato qualcosa di speciale, essendo appunto in Italia. Quando scio nel mio tempo libero però, mi piace tornare sulle piste dove sciavo da bambina a Courmayeur e la mia preferita è la pista Inter-

Federica Brignone, sciatrice azzurra e l'unica ad aver vinto la Coppa del Mondo generale



MERAVIGLIE NATURALI

Ogni valle qui ha i suoi borghetti e le sue gite belle da fare: io consiglio la Valgrisanche, Val di Rhemes, Valsavarenche o a La Salle, sopra casa mia

nazionale».

E le più impegnative per chi aspira a emulare le gesta dei campioni?

«Piste davvero difficili sono la Diretta sempre a Courmayeur o la 3 di La Thuile, tutte e due stupende. Un sogno per me sarebbe gareggiare sulla Gran Risa in Alta Badia, dove si svolgono le gare maschili».

Pensando invece agli sciatori senza velleità agonistiche, quali sono le piste più panoramiche e i comprensori più ospitali verso cui li indirizzerebbe?

«Sarò di parte ma, da buona valdostana, tutte le volte che scio a Courmayeur e mi trovo di fronte il Monte Bianco lo spettacolo è incredibile. In Valle d'Aosta è bello anche sciare a Champoluc che è collegato a Gressoney e Alagna (diventa quindi un grande comprensorio) e a Cervinia, collegata con Zermatt: ci sono panorami bellissimi e non fai mai la stessa pista in un giorno! Altrettanto belle sono le Dolomiti, ad esempio Cortina dove si svolgeranno le Olimpiadi 2026, e la Sella Ronda che è una "gita" che ogni sciatore dovrebbe fare. Piste turistiche che mi sono piaciute molto si trovano a Porta Vescovo o a San Vigilio di Marebbe».

La montagna accoglie anche chi allo sci preferisce escursioni nella natura o visitare borghi tipici. Un paio di itinerari da suggerire e che magari, ogni tanto, ama ripercorrere?

«Ovviamente meglio di tutto conosco la mia

qua in ogni sua forma, sottolineando l'importanza di decarbonizzare i consumi. È stato personalizzato dal mio management sulle mie passioni e sul rispetto per l'ambiente che i miei genitori mi hanno insegnato fin da piccola, quando sia in spiaggia che sui sentieri di montagna dovevamo raccogliere tutti i rifiuti che avevamo prodotto e riportarli nei contenitori per la raccolta differenziata. Con il fotografo Giuseppe La Spada, uno degli artisti visuali più originali nel panorama internazionale, mi sono chiesta come potevo essere utile per portare un sassolino nel mucchio che formerà la montagna».

E la risposta qual è stata?

«Posso raccontarlo. Non solo attraverso le traiettorie sviluppate finora, con immagini impattanti che attirassero l'opinione pubblica, ma facendo personalmente assieme a gruppi di bambini la pulizia di una spiaggia sul Lago di Garda, del fiume Noce in Trentino e dell'area d'arrivo della pista Bormio 2000. Non ci si rende conto di quanti rifiuti emergano dopo che la neve si è sciolta, cose lanciate in funivia o semplicemente buttate durante la coda per lo skilift o la cabinovia. Il messaggio che vorrei veicolare agli appassionati di sci e comunque ai turisti della montagna in inverno è che anche sulle piste non bisogna buttare rifiuti a terra, ma metterli in tasca e utilizzare gli appositi contenitori».

Ormai non esiste più turismo separato dal piacere della tavola. Per una giornata sulla neve a Courmayeur di cui è ambasciatrice, ad esempio, come e dove si potrebbero coniugare sci e cibo?

«Sono assolutamente d'accordo! Dipende da che tipo di esperienza culinaria si vuole fare e da quanto tempo si vuole dedicare al pranzo. Per una pausa caffè e brioche consiglio di andare da Croux, mentre per un pranzo lungo allo Chateau Brallant».

■ Giacomo Govoni



VALTUR CERVINIA CRISTALLO SKI RESORT. INSIEME SULLE VETTE DELL'HOSPITALITY.

PUSHSTUDIO



VALTUR CERVINIA
CRISTALLO
SKI RESORT

VISIT → VALTURCRISTALLOSKIRESORT.COM

Crediamo nei **legami saldi**, solidi come la roccia della montagna. Nella **fiducia tra partner** che vogliono guardare le cose dall'alto, con una **visione** più **ampia** e a lungo raggio. Nella consapevolezza che **ogni vetta si raggiunge** con **perseveranza** e **attenzione** al più piccolo **dettaglio**. E soprattutto con **un grande lavoro di squadra**.

Un patrimonio da valorizzare tutto l'anno

Il presidente della Regione autonoma Renzo Testolin ci accompagna alla scoperta di alcune località e specialità enogastronomiche di un territorio sempre più apprezzato dai turisti e vocato alla destagionalizzazione, che punta ai mercati internazionali

C'è sempre più attenzione e curiosità verso la Valle d'Aosta, grazie alle sue montagne imponenti, alla sua natura incontaminata e a un patrimonio storico, culturale ed enogastronomico da valorizzare tutto l'anno. Per l'occasione abbiamo una guida d'eccezione: il presidente Renzo Testolin.

Presidente, lei risiede ad Aymavilles, una località ricca di storia, immersa nel verde dei vigneti e della natura. Qual è il suo luogo più amato del paese e cosa farebbe scoprire a chi arriva ad Aymavilles per la prima volta?

«A chi arriva ad Aymavilles per la prima volta farei conoscere tre siti sicuramente da visitare: il Castello che risale al Tredicesimo secolo, caratterizzato dalle quattro torri ai quattro angoli. Un monumento unico che è stato oggetto di importanti opere di restauro e aperto al pubblico nell'estate di quest'anno. Vi è poi la suggestiva Cripta della chiesa di Saint-Léger, fra le più antiche della Regione, originaria dell'VIII secolo, che dal 2017 è stata aperta alle visite guidate. E infine il Pont d'Aël, il ponte acquedotto romano risalente all'anno 3 a.C. che, con la sua maestosa campata, valica il torrente Grand Eyvia. Inoltre, condurrei il visitatore alla scoperta di tre altri luoghi che caratterizzano il patrimonio del paese e contribuiscono all'offerta enogastronomica e turistica della regione: le tre cantine vinicole presenti sul territorio, esempio della vocazione vitivinicola del Comune, da visitare dopo aver passeggiato lungo i caratteristici vigneti, magari nella stagione delle vendemmie o nell'autunno inoltrato, quando le foglie dei filari sembrano essere colorate dalla mano di un sapiente pittore».

La Valle d'Aosta è ricca di luoghi bellissimi. C'è una località magari meno conosciuta dai turisti e dagli stessi cittadini che suggerirebbe?

«Suggerirei Planaval del comune di Arvier: un piccolo borgo nella Valgrisenche ricco di quella storia e di quella cultura propria di un territorio di montagna che caratterizza, per fortuna, ancora molti paesi valdostani. Una realtà viva, profondamente legata alle proprie tradizioni e al proprio essere piccola comunità, fiera della propria antica autosufficienza e della sua caratteristica gestione



TRE SITI DA VISITARE AD AYMAVILLES

Il Castello che risale al Tredicesimo secolo, caratterizzato dalle quattro torri ai quattro angoli. La suggestiva Cripta della chiesa di Saint-Léger, fra le più antiche della Regione, originaria dell'VIII secolo, e infine il Pont d'Aël

dei beni comuni, con la latteria ricavata nella roccia, il mulino, il lavatoio, il forno e quella ruralità vera che è orgoglio di chi la vive ancora».

C'è un piatto e un vino a cui è maggiormente legato?

«Molti sono i piatti della tradizione valdostana a cui sono legato, ma sicuramente la favò-piatto tipico del mio Comune- è al primo posto, anche perché racchiude i ricordi del territorio e della tradizione. Peraltro, a questa zuppa molto nutriente, a base di fave, pasta, pane nero e fontina filante, delicata ma anche dai gusti forti, è dedicata una sagra estiva nel villaggio di Ozein, dove può essere degustata durante la serata di rievocazione degli antichi mestieri nel mese di luglio. Come vino, consiglieri la Petite Arvine: un bianco del territorio dai profumi intensi, frutto della viticoltura "eroica" della Valle d'Aosta, caratterizzata da pendii scoscesi fieramente coltivati e da antichi terrazzamenti indispensabili a sostenere la preziosa terra».

Con quali azioni mirate continuerete a promuovere le specialità enogastronomiche della regione?

«Le specialità vanno promosse il più possibile e fatte apprezzare, presentate e possibilmente inserite nel loro ambiente naturale. Tale promozione può passare dalle tradizionali sagre, che negli ultimi anni stanno riscuotendo un grande successo e nuovo impulso, così come dalla collaborazione con i maestri di cucina, con gli chef stellati o con i giovani appassionati, quali gli studenti della Scuola Alberghiera della Valle Aosta che rappresentano il futuro della cucina e dell'ospitalità valdostana».

Qual è il bilancio della stagione estiva e quali sono le aspettative verso l'inizio della stagione invernale?

«Le aspettative sono ottime, come lo sono le considerazioni legate alla stagione estiva, una stagione turistica davvero positiva in tutto il territorio regionale. Riscontri molto incoraggianti sono giunti sia dall'Italia che dall'estero, così come è stata notata una



Renzo Testolin, presidente Regione autonoma Valle d'Aosta

particolare curiosità verso la Valle d'Aosta e una voglia di conoscere e di scoprire le particolarità del nostro territorio, ma anche la comunità che lo vive».

Quali sono le strategie di marketing turistico per il 2024, anche nell'ottica della destagionalizzazione?

«Un'attenzione particolare verrà riservata ai circuiti, ai sistemi e alla programmazione. Il patrimonio dei castelli ormai riconosciuto tale da turisti e residenti, unitamente all'ampliamento e alla messa in rete dei siti visitabili, ma anche il cammino Balteo con le sue tappe che attraversano oltre 30 Comuni della Regione, offrendo una panoramica di zone meno conosciute, sono gli elementi che stiamo valorizzando per un'offerta turistica da presentare tutto l'anno. Ci sono poi le piste da sci, servite da performanti impianti di risalita, oltre che la fitta rete sentieristica regionale che viene mantenuta dalla Regione con la fondamentale collaborazione degli enti locali: insomma un territorio da vivere, a seconda dell'altimetria, in tutte le stagioni. Uno sforzo particolare ci è richiesto per far scoprire la nostra Regione nelle stagioni meno affollate, promuovendo ancor meglio le nostre peculiarità territoriali».

Quali sono i vostri mercati di riferimento, italiani e stranieri?

«La Valle d'Aosta, da sempre, è meta di un affezionato turismo di prossimità, proveniente principalmente dalle vicine Regioni di Piemonte, Liguria e Lombardia, ma sempre di più cerca di proiettarsi verso le altre Regioni più lontane e verso i mercati internazionali. Sovente anche i turisti stranieri che iniziano a frequentare la Valle, talvolta anche a seguito di manifestazioni sportive, tornano e portano i loro amici o le loro famiglie. Su questa strada dobbiamo proseguire affinché la piccola Valle d'Aosta- con il suo capoluogo, le sue valli e i suoi Quattromila al centro dell'Europa- possa essere sempre più riconoscibile e identificabile come una preziosa perla alpina».

■ **Francesca Druidi**

Sostenibilità e calore ai piedi del Monte Rosa

Abbiamo incontrato Luigi Fosson, proprietario di Au Charmant Petit Lac Spa & Park Hotel, un eco hotel 5 stelle creato nel 2019 a Champoluc, immerso nel verde di uno splendido parco di 15mila mq. La parola d'ordine è il rispetto per la natura

La montagna è sempre bellissima sia durante il periodo invernale che in quello estivo, ma avere la possibilità di viverla soggiornando in una struttura dove ogni angolo è un tributo alla natura, la rende un'esperienza davvero indimenticabile: Au Charmant Petit Lac è molto di più di un hotel, è un rifugio dove la bellezza si coniuga perfettamente con la tranquillità.

Champoluc è la principale località di villeggiatura della valle, è circondata da vette maestose sopra i 4mila metri di altezza, che delimitano l'imponente massiccio del Monte Rosa, un vero paradiso per gli sciatori in inverno così come per gli alpinisti in estate.

L'hotel sorge di fronte a un piccolo e incantevole lago mentre all'orizzonte è abbracciato da montagne imponenti che toccano il cielo e un'architettura sobria, eco sostenibile si fonde con i boschi e i panorami della Val d'Ayas, in un connubio di comfort, design e innovazione.

L'hotel è votato al rispetto della natura a partire dalle fondamenta fino ad ogni sua parte, è una struttura in legno classicamente moderno, costruito interamente con risorse rinnovabili.

È stato progettato pensando alle esigenze e alle aspettative di una clientela abituata a un lusso "silenzioso" ed elegante, sensibile alle bellezze naturali ma anche al rispetto per l'ambiente.

L'impronta ecologica e volta alla sostenibilità ambientale è stata fortemente voluta dalla famiglia Fosson, che ha seguito la costruzione ed ora la gestione dell'albergo e vanta una tradizione familiare de-



ditata al settore dell'hotellerie. Più di un secolo fa, infatti, la nonna di Luigi aprì il primo albergo di famiglia e questo settore è stato portato avanti anche dalle successive generazioni.

«Noi abbiamo iniziato nel 2003 con la gestione di un piccolo albergo e successivamente insieme a mia moglie Pamela è nata l'idea di realizzare un albergo ecosostenibile - afferma Luigi Fosson -. Il tema dell'ecologia per noi è fondamentale e lo è stato ancora prima della costruzione dell'albergo. Lo dimostrano le numerose

scelte che abbiamo fatto attribuendo un'attenzione preminente al rispetto per l'ambiente: i materiali naturali con cui è stato edificato l'albergo, in particolare legno e pietra, si affiancano alle soluzioni

impiantistiche concepite per utilizzare soltanto energie rinnovabili. L'hotel sorge di fronte a un piccolo lago ed è immerso in una falda ricca d'acqua e questo ci permette di utilizzare energia geotermica». Grazie alla situazione idrogeologica particolarmente favorevole del sito in fondovalle su cui sorge, l'albergo è dotato di un impianto geotermico che evita il ricorso a sistemi combustibili fossili. Per non disperdere tutta l'energia termica ancora presente nelle acque reflue delle docce o nel ricambio periodico della piscina, un sistema a pompe di calore ne recupera un gradiente termico di 15 gradi prima dell'immissione definitiva nella rete fognaria.

«Tutti i servizi di comfort e benessere che offriamo ai nostri ospiti non hanno alcun impatto sull'ambiente circostante. Anche il sistema di pannelli fotovoltaici e solari e la totale eliminazione della plastica usa e getta vanno verso una direzione che punta all'ecosostenibilità ambientale al 100 per cento. I nostri ospiti, quando arrivano, ricevono in omaggio una borraccia in vetro, con la quale possono attingere acqua da un distributore e possono anche utilizzare l'acqua dei rubinetti

Au Charmant Petit Lac ha sede a Champoluc (Ao)
www.charmantpetitlac.com



IL CENTRO BENESSERE

Gli ambienti, caldi e confortevoli grazie alla presenza dominante del legno, presentano ampie vetrate per godere di panorami diversi a seconda dell'affaccio; uno dei più belli è quello della piscina della spa, che si trova all'altezza della neve.

La spa è il luogo dove liberare la mente e assaporare un momento di completo relax e benessere con vista sul Monte Rosa. La sostenibilità e la valorizzazione dei prodotti del territorio sono elementi che caratterizzano i massaggi e i trattamenti che vengono proposti nella spa dello Charmant. Trattamenti basati sui principi attivi della natura per un riequilibrio olistico, a cui si possono aggiungere percorsi di massaggi pensato per coloro che praticano sport».

RISERVATEZZA

L'hotel è stato progettato pensando alle esigenze e alle aspettative di una clientela abituata ad un lusso "silenzioso" ed elegante, sensibile alle bellezze naturali ma anche al rispetto per l'ambiente



LA CUCINA

Offriamo ogni giorno proposte diverse in base al mercato e quasi tutti i nostri prodotti sono a chilometro zero

perché deriva dalla fonte. In tutto il nostro sistema idraulico scorre acqua di sorgente microbiologicamente pura e incontaminata, che nasce alle Gavine, sopra Saint Jacques a 1900 metri di altitudine e ai piedi del monte Rosa. Inoltre siamo uno dei pochissimi alberghi della regione che segue una politica aziendale a emissioni zero di CO2 e a tal fine l'hotel utilizza solo energia elettrica prodotta in Val d'Aosta da centrali idroelettriche». Ci sono poi anche altri aspetti che deno-

tano la naturale vocazione alla sostenibilità di Au Charmant petit Lac. Infatti, si può tranquillamente affermare che è un hotel sostenibile sotto ogni aspetto, inoltre è stato progettato e costruito con soluzioni ideali per soddisfare una clientela particolarmente esigente, sensibile alle bellezze naturali, al rispetto dell'ambiente e alla ricerca di un comfort accuratamente studiato.

«In tutti gli ambienti Au Charmant Petit Lac, sono presenti delle bocchette di ven-

tilazione controllata che permettono il continuo ricambio e la purificazione dell'aria. Ciò permette di evitare inutili dispersioni, grazie allo scambiatore di calore che recupera l'energia altrimenti dispersa all'esterno. L'aria viziata degli ambienti più "inquinati" della struttura, prima di essere espulsa all'esterno, viene convogliata in uno scambiatore di calore dove preriscalda o preraffredda l'aria pulita prelevata dall'esterno. L'aria pulita di rinnovo viene introdotta attraverso le bocchette presenti negli ambienti delle camere e dei bagni. Questo sistema assicura il ricambio continuo e sano di aria, elimina cattivi odori, sostanze inquinanti e umidità in eccesso, adeguando la ventilazione (impercettibile) al grado di occupazione del nostro eco-hotel».

Ma per Au Charmant sostenibilità significa anche attenzione e cura del nostro team. Si tratta di un luogo in cui la semplicità è viva, palpabile, soprattutto nelle persone che ci lavorano.

«Poniamo una particolare attenzione alla crescita personale e professionale, alle pari opportunità e alla gratificazione di ogni individuo. Passione, professionalità e gentilezza sono le caratteristiche che riscontrerete in ogni nostro singolo collaboratore». Fiore all'occhiello di Au Charmant Petit Lac è la cucina. Il ristorante Restó Tatà si ispira alle semplicità di una volta valorizzando i prodotti biologici, stagionali e sostenibili della Val d'Ayas. Punta su ingredienti di prima qualità oltre a ottimi vini e un servizio accurato. «Offriamo ogni giorno proposte diverse in base al mercato e quasi tutti i nostri prodotti sono a chilometro zero. Particolare attenzione viene data anche a chi soffre di allergie o è vegetariano o vegano». A sovrintendere la cucina, c'è l'instancabile Pamela, moglie del titolare, che è il vero general manager dell'albergo. Non solo segue la cucina, ma ha curato tutti gli interni, gli arredamenti, dai tendaggi alle luci, occupandosi meticolosamente di ogni dettaglio, senza tralasciare alcun aspetto. Il ristorante Restó Tatà garantisce anche una ricca selezione di vini in abbinamento al menù, la cui scelta è affidata a Cesare, sommelier e degustatore, nonché figlio dei titolari, che conosce a menadito tutte le etichette valdostane. «Etichette pregiate, vini selezionati e scelti solo per offrire la massima qualità. Queste sono le parole chiave da cui nasce la cantina, che vanta una consolidata e ricercata collezione di vini, composta da bottiglie provenienti da prestigiosi vitigni valdostani, italiani ed esteri, allo scopo di rapirvi in una completa esperienza enogastronomica sensoriale. Pranzo, cena, aperitivo, dolce o anche solo un calice da degustare nella splendida cornice dello Charmant Petit Lac». Charmant Petit Lac interpreta il lusso non in maniera classica e sfacciata, ma con un senso d'accoglienza che ti ab-

Le tipologie di camere

Le camere Classic hanno una grandezza di 23 mq con ampie vetrate e bellissima vista sulle vette. I comodi letti doppi sono uniti da un topper che garantisce maggiore comodità. In camera vi è un comodo salottino dalle tinte chiare e rilassanti. La raffinatezza dei materiali e l'accurata attenzione ad ogni singola particolarità rendono le camere Classic la scelta perfetta per riposare e ritrovare il proprio equilibrio.

Le camere Superior hanno una grandezza variabile da 26 a 32 mq con ampie vetrate e una bellissima vista sulle vette. I comodi letti doppi sono uniti da un topper che garantisce maggiore comodità. Le camere dispongono di un piccolo salottino in cui e qui possiamo servire la colazione in camera e dove potrete trascorrere le vostre serate in compagnia di amici.

braccia non appena entri. Questo spirito è evidente nelle sue esclusive suite con servizi spa.

«Per noi il vero lusso non sono tanto i guanti bianchi o i rubinetti d'oro, ma l'accoglienza. L'accoglienza da parte di tutto lo staff è uno degli aspetti principali della nostra attività: il cliente qui si sente davvero come a casa, coccolato, curato e accolto nel migliore dei modi - conclude Fosson -. Per non parlare poi dell'esperienza che lo accoglie nelle suite. Dal primo passo dentro la sua suite, viene avvolto da un accogliente profumo di legno naturale. Ampie vetrate offrono scorci sul Monte Rosa mentre colori tenui e semplici regalano un comfort familiare». E cosa potrebbe essere più lussuoso di un rituale benessere nella privacy e nel comfort di un ambiente così accogliente? Il Charmant Petit Lac esaudisce il desiderio di relax con rituali di rilassamento direttamente in camera, resi ancora più piacevoli dall'atmosfera creata dalle candele accese e dall'uso di fragranze rilassanti a base di timo, mela renetta e burro. Al termine di questo viaggio rilassante, la stanza sarà preparata per il bagno, assicurando il massimo relax in completa privacy. Con le suite con vasca in camera, l'esperienza di lusso raggiunge nuovi livelli, trasformando un semplice soggiorno in un paradiso di benessere personalizzato. Il lusso incontrerà l'intimità e l'unicità in queste stanze esclusive, ciascuna con la sua interpretazione unica del benessere.

■ **Cristiana Golfarelli**



Nuove possibilità turistiche in Valle d'Aosta

Il presidente di Pila Spa, società che gestisce gli impianti di risalita di Pila, Cogne e Crevacol, Davide Vuillermoz Curiat, ci presenta il progetto della nuova telecabina Pila-Couis che renderà accessibile a tutti uno dei punti più iconici della Valle d'Aosta: Cima Couis a 2752 metri di altitudine

In Valle d'Aosta si possono trascorrere momenti indimenticabili tra natura, sport e divertimento. Pila, il Balcone Bianco di Aosta è la meta ideale per le vacanze invernali ed estive o per una semplice toccata e fuga e, con la realizzazione della nuova telecabina Pila-Couis, si aprono nuove prospettive turistiche per l'intera zona. «Il nuovo impianto di risalita del comprensorio di Pila - spiega il presidente di Pila Spa Davide Vuillermoz - cambierà radicalmente la fruibilità del resort montano e renderà accessibile uno dei punti panoramici più iconici della Valle d'Aosta: Cima Couis 1 a 2752 m.s.l., da cui è possibile ammirare le vette di alcune delle montagne più famose al mondo come il Monte Bianco, il Cervino, il Grivola, il Gran Paradiso e molte altre. Non soltanto un'opera funiviaria che migliorerà significativamente l'esperienza sportiva per gli sciatori di qualsiasi livello ed età, ma una vera e propria attrazione turistica internazionale, che renderà la montagna accessibile a chiunque desideri ammirare uno dei panorami più incredibili delle Alpi»

IL PROGETTO VINCITORE

Il progetto vincitore, tramite un bando



coordinato dall'Ordine degli Architetti di Bologna e a cui hanno partecipato ben 33 studi di architettura e ingegneria da tutta Europa, è stato realizzato dallo studio di architettura De Carlo-Gualla. L'oggetto del concorso era la progettazione delle stazioni di valle e di monte della cabinovia con annessi centri servizi e rifugio panoramico. In particolare, la stazione di partenza della Pila-Couis si fonderà con

Pila ha sede a Gressan (Ao) - www.pila.it

quella di arrivo della Aosta-Pila riqualificando completamente uno dei punti nevralgici del resort.

«Il progetto vincitore è, prima di ogni cosa, un sistema integrato nell'ambiente. Le nuove funivie e le stazioni sono un esempio di architettura e ingegneria d'avanguardia che si pone l'obiettivo di stupire i visitatori con una vista mozzafiato delle montagne oltre i 4.000 mt ma anche attraverso l'uso di materiali e di tecnologie innovative e attuali, e un design incredibilmente innovativo per una struttura di alta quota».

Il progetto prevede una cabinovia a 10 posti ad ammassamento automatico in due tronchi che, passando per 2 stazioni intermedie, collegherà la zona di arrivo

della esistente telecabina Aosta-Pila con la zona della Platta de Grevon (ovvero Cima Couis 1), sullo spartiacque tra la Conca di Pila e la valle di Cogne. La stazione di partenza a Pila - tenditrice - a 1.800 metri di altitudine, è posizionata posteriormente alla stazione di arrivo della telecabina Aosta-Pila e presenterà un innovativo centro servizi. Mentre la stazione di arrivo a monte sulla Cima Couis - motrice è caratterizzata da un particolare disegno a stella.

«Con una portata di 2.400 persone all'ora, alla velocità di 6 metri al secondo, sarà possibile percorrere la lunghezza totale di 3,8 chilometri e un dislivello di 923 metri in 13 minuti - spiega Vuillermoz -. Attualmente, per raggiungere Cima Couis da Pila sci ai piedi, sono necessari tre impianti e un tempo complessivo di circa 60 minuti. Nel futuro prossimo quest'opera renderà possibile raggiungere uno dei punti panoramici e più iconici della Valle d'Aosta, partendo direttamente dal centro di Aosta e impiegando solo 32 minuti per un dislivello di 2.200 mila metri. La nuova telecabina "Pila - Couis" non è solo un'opera funiviaria, ma un'importante infrastruttura che intende costituire uno dei punti di forza del turismo per Pila, Aosta e per tutta la regione valdostana rendendo la montagna ancora più accessibile».

SCI, SNOWBOARD E ALPINISMO

Pila è famosa per la posizione naturale che la tiene al riparo dal vento e dalle avversità metereologiche pur essendo a un'altitudine considerevole, con le piste che si sviluppano fra i 1800 e i 2700m s.l.m., e che permette così di poter sciare per tutto



LA NUOVA TELECABINA PILA - COUIS

Non è solo un'opera funiviaria, ma un'importante infrastruttura che intende costituire uno dei punti di forza del turismo per Pila, Aosta e per tutta la regione valdostana rendendo la montagna ancora più accessibile

AOSTA, A 18 MINUTI DI TELECABINA

Aosta, l'incantevole gioiello storico e culturale incastonato nella Valle d'Aosta, offre un legame diretto con il mondo dello sci attraverso la telecabina Aosta-Pila. In soli 18 minuti, si viene trasportati in un paradiso invernale, creando un'alternativa straordinaria per coloro che amano le montagne e la natura, ma non vogliono rinunciare ai comfort di una piacevole cittadina alpina.

Con Aosta come base, si ha il meglio di entrambi i mondi a portata di mano: il fascino storico e culturale della città unito alla bellezza delle piste da sci di Pila.

l'inverno. Battiture impeccabili e neve ossigenata sono pronte ad attendere tutti.

«A Pila esistono piste capaci di accontentare i diversi livelli di sciatori e tali da farli vivere una giornata a caccia di forte di emozioni – precisa Davide Vuillermoz -. Principianti e sciatori più esperti troveranno le condizioni perfette su ogni tracciato. Il comprensorio di Pila vanta: 4 piste nere, 21 rosse, 4 blu, che assieme ai tracciati percorribili sci ai piedi arrivano a 70 km, da un'altitudine di 1.540 a 2.750 metri di quota. 15 impianti, fra seggiovie, ovia

e funivia, assicurano una comoda risalita. Due scuole di sci che complessivamente vantano oltre 170 maestri, accolgono allievi di tutte le età, livello e volontà per il grande debutto sulla neve o per perfezionare il proprio stile e soddisfare le proprie ambizioni. Inoltre, due piste ben segnalate sono dedicate allo scialpinismo: la pista n° 1 è lunga 2,7 km con un D+ 358, mentre la pista n° 2 ha una lunghezza totale di 3 km e un D+295». A disposizione degli utenti anche lo snowpark Areaeffe, uno dei più apprezzati snowpark del Nord Italia, recentemente ampliato e con una collocazione naturale invidiabile a quota 2.200 metri e al riparo dal vento grazie ai boschetti che lo circondano e che assicurano un ottimo contrasto nelle giornate meno soleggiate. Qui ci si può divertire fra funbox, kicker e rail in tutta sicurezza! Ci sono linee easy, medium e hard, totem che rendono più chiari i percorsi.

NON SOLO SCI

«Pila risulta essere il luogo ideale anche per coloro che non sciano. Numerose escursioni da fare con ciaspole ai piedi in autonomia o assieme alle guide ambientali naturalistiche sono una bellissima esperienza da provare anche con i bambini. Come immancabile è il Fun Park di Pila, un centro del divertimento tutto in discesa progettato per i piccoli ma spassoso anche per i grandi: l'occasione per stare assieme senza limiti di età. Un tapis roulant per la risalita è posizionato al centro del parco in modo da separare due piste: una dedicata a bob e slittini e l'altra allo snow tubing. Ad accogliere grandi e piccini ci sono gommoni e cavalcioni dai vivaci colori e dalle forme immaginose, ma rigorosamente morbidosi, a bordo dei quali ci si può lanciare sulle piste di snow tubing, bob e slittino. Un'area ulteriore, laterale rispetto alle piste, è riservata ai più piccoli e attrezzata con giochi adatti a loro

Respirare la natura

Vicino alla città, ma immersa nel verde più incontaminato, a Pila la natura prevale. Grazie alla presenza della telecabina, è possibile "dimenticarsi" dell'auto parcheggiandola nel grande parcheggio nel centro città di Aosta, vicino all'uscita dell'autostrada e anche alla stazione dei treni e degli autobus. Pila è l'unica località di montagna, a 1800m s.l.m., che permette la "doppia vita" dello sci, della neve e della comodità e vivacità di iniziative culturali e di intrattenimento tipiche della città, grazie alla facilità e rapidità di collegamento con il capoluogo Valdostano. A Pila, sciatori, snowboarder e amanti della natura avranno il piacere di divertirsi e godere di un panorama mozzafiato che abbraccia le vette dei principali 4.000: dal Monte Bianco al Cervino.



UNA STAZIONE DI SCI PER TUTTI

A Pila esistono piste capaci di accontentare i diversi livelli di sciatori. Principianti e sciatori più esperti troveranno le condizioni perfette su ogni tracciato



come le divertenti strutture gonfiabili». Natura, sport, ospitalità, relax e cucina, il mix perfetto che puoi trovare qui. Dopo una giornata sugli sci, la vacanza continua... prendersi cura di sé e rilassarsi è una parte importante della propria vacanza, alcuni hotel offrono centri fitness e spa. Che si sogni un piccolo bed & breakfast, un albergo tradizionale, dotato di ogni comfort o la libertà di prendersi cura di sé con i servizi di un residence o di un appartamento, a Pila si può trovare qualsiasi tipo di struttura e la maggior parte è direttamente su pista. A Pila è presente un mini club, gestito dalla Scuola di sci Pila, dedicato a bambini e ragazzi dai 2 ai 12 anni. Tutto su misura per il divertimento dei piccoli turisti e delle loro famiglie, che possono godersi le mille attività a loro dedicate

con la consapevolezza che i piccoli sono affidati a un ambiente sicuro e a persone competenti. Sotto i 2 anni è possibile richiedere una babysitter dedicata su prenotazione. La proposta enogastronomica a Pila è sicuramente un punto di eccellenza: fra brasserie, pub, baite e ristoranti, si possono degustare i prodotti più tipici della Vallée e le materie prime che parlano l'antica lingua della tradizione come la mocetta, il prosciutto di Bosses, il celebre lardo di Arnad con il miele che accompagna poi nei dolci anche panna d'alpeggio, castagne e torte di mela. Fontina, tome e la grande tradizione delle carni con polenta o dei pesci di fiume, insieme alle zuppe, con o senza pane nero da accompagnare con Fumin, Torrette o Enfer d'Arvier, per citare alcuni celebri vini rossi locali. ■ **Cristiana Golfarelli**

Toscano di origine, il presidente della Regione Giovanni Toti festeggerà a Capodanno il suo 24esimo anno di stretta frequentazione della Liguria, dove ormai vive tutta la sua famiglia. «La Liguria è una regione particolare, gelosa delle sue origini e tradizioni, però ormai Genova è la mia città di residenza stabile», ci confessa il governatore al suo secondo mandato.

Il suo luogo più amato a Genova?

«Il centro città, dai Caruggi a Portoria: via XX settembre; via XXV Aprile, via Roma, il salotto dello struscio. Nonostante sia una grande città lunga più di 30 chilometri e con oltre mezzo milione di abitanti, Genova rievoca in me - soprattutto in queste zone - il sapore della località di provincia, perché le persone si incontrano, si riconoscono e salutano, frequentano ancora gli stessi bar. Prima di frequentare Milano e Roma, sono cresciuto in una città di provincia e qui a Genova ritrovo il medesimo clima».

La Liguria è ricca di luoghi bellissimi e apprezzati. C'è un aspetto magari poco conosciuto dai turisti che sottolineerebbe?

«Della Liguria tutti conoscono i grandi nomi, da Portofino alle Cinque Terre, dal Golfo di Spezia ad Alassio e Sanremo. L'aspetto ancora sconosciuto ai più è il suo entroterra: non so quanti sappiano che in Val d'Aveto abbiamo l'unico branco di cavalli selvaggi d'Italia; cavalli che ricordano quelli della Camargue, molto più blasonati ma non più belli. Ricordo poi alcuni scorci del Parco naturale dell'Antola, da cui con i piedi sulla neve si vede il mare del Savonese. Poi ci sono i piccoli centri sul mare, piccoli borghi magari non sconosciuti ma nemmeno ancora rinomati quanto le Cinque Terre e che meritano la visita; gli scorci che puoi ammirare da Cervo piuttosto che da Borgio Verezzi sono decisamente unici. Ormai la Liguria è diventata una destinazione turistica molto importante in tutte le sue sfaccettature. Basti pensare che è la capitale dell'outdoor: 500mila persone all'anno vengono con le loro

Giovanni Toti, presidente della Regione Liguria



La mia Liguria

La stagione turistica 2023 si chiuderà con numeri importanti, resi possibili grazie alla destagionalizzazione su cui la Regione Liguria ha puntato in questi anni. Lo spiega il presidente Giovanni Toti che anticipa la nuova legge di settore e alcuni eventi del 2024



GENOVA

«Nonostante sia una grande città lunga più di 30 chilometri e con oltre mezzo milione di abitanti rievoca il sapore della località di provincia, perché le persone si incontrano, si riconoscono e salutano, frequentano ancora gli stessi bar»

biciclette a Finalborgo, a Finale Ligure, a Pietra e a Loano per le nostre faggete della Val Bormida, del Melogno, quindi ormai è una regione battuta in maniera rilevante nella sua interezza».

C'è un piatto o una specialità locale di cui è particolarmente goloso?

«Il pesto innanzitutto, poi le acciughe in ogni loro forma, come le acciughe salate di Monterosso e le acciughe fritte che qui vengono servite quasi come il pane quando ti siedi a tavola. A questi se ne aggiungono altri, tra cui la Cima e il polpettone genovese. Proprio di recente io e Oscar Farinetti, che di cucina se ne intende, concordavamo sul fatto che quella ligure è la gastronomia più buona e ricca di sapore dell'intera variegata cucina italiana, grazie a profumi e gusti unici provenienti dal mar Ligure e dalla salinità della terra. Come non segnalare gli asparagi di Albenga, i carciofi, specialità tipiche che non hanno la notorietà del pesto, ma sono comunque prelibatezze straordinarie».

La Regione ha avviato la campagna promozionale '#pesto, Masterpiece of Liguria'. Come sta procedendo?

«La campagna del pesto sta andando benissimo. Nei giorni della Borsa internazionale del turismo di Londra, a novembre, alla qua-

partecipavano i big player del mondo - Stati Uniti, Qatar, Emirati Arabi e Arabia Saudita - impegnati a investire milioni in promozione turistica e marketing territoriale, la Liguria è tra le regioni italiane quella che si è fatta notare di più. All'identità tra i profumi, i sapori, i colori del territorio e la nostra offerta turistica ci teniamo particolarmente, perché ci consente di portare avanti quelle politiche di destagionalizzazione che sono ormai fondamentali per il successo di un territorio. La campagna continuerà: saremo sulle nevi delle Alpi a gennaio in Piemonte, poi saremo a Milano per la festa di primavera col nostro pestello, e ancora a Parigi nei prossimi mesi. Identificare una regione con la sua cultura e tradizione - il pesto è una tradizione popolare molto diffusa e nota - sia un modo semplice di approccio anche per quei turisti stranieri che ancora non conoscono la Liguria».

Gli ultimi dati confermano come la destagionalizzazione sia una strategia vincente per il turismo della Liguria.

«Nonostante l'apertura di tutti gli impianti sciistici, a Genova abbiamo registrato almeno un 50 per cento di offerta alberghiera esaurita per il Ponte dell'Immacolata. Sono attesi molti turisti anche nel periodo di Natale e Capodanno. Per il secondo anno Genova sarà la

città che accompagnerà gli italiani su Canale 5 al brindisi e agli auguri di mezzanotte con lo spettacolo trasmesso in diretta da Piazza de Ferrari. Un altro esempio importante di destagionalizzazione è rappresentato dalle attività legate alla frangitura delle olive che, tra ottobre e novembre, hanno saputo unire enogastronomia e turismo. Il settore crescerà nel 2023 del 4 per cento in più rispetto al 2022, che già è stato un anno record per tutta l'Italia e il Mediterraneo. Questo aumento lo dobbiamo alle nostre politiche che mirano a valorizzare il territorio sempre e non solo nei mesi estivi da tutto esaurito. È la strada giusta da percorrere e direi che siamo anche a buon punto».

Quali sono i principali obiettivi della nuova legge regionale sul turismo?

«Il provvedimento dà innanzitutto il via libera agli imprenditori del comparto all'installazione di glamping e Sky box per le attività già esistenti, affiancando alle strutture ricettive alberghiere e alle locazioni anche strutture extralberghiere e all'aria aperta. Il primo obiettivo è proprio quello di assicurare maggiore diversificazione alla nostra offerta di alloggi, incentivando il turismo esperienziale magari tra olivi e vigneti. Il secondo obiettivo è gestire in alcune zone della regione il fenomeno dell'overtourism, che in determinate fasi dell'anno inizia a essere un tema da affrontare in modo scientifico. La legge favorirà il fare rete tra i Comuni interessati - le Cinque Terre, dove talvolta le giornate sono veramente molto affollate ai limiti dell'impraticabile, così come il Golfo del Tigullio, Portofino e Santa Margherita - per trovare formule atte a gestire questi ingenti flussi turistici che ormai rischiano di essere controproducenti».

Con quali azioni la Regione continuerà a promuovere la Liguria nel 2024?

«Abbiamo organizzato almeno due eventi di caratura nazionale al mese. Dopo il Capodanno, la carovana di promozione si sposterà sulle Alpi italiane. Febbraio è il mese del Festival di Sanremo, di cui la Regione è sponsor, dove avremo la nostra cartolina turistica, la serata della Liguria e il premio assegnato il venerdì sera. A marzo ospiteremo a casa nostra il Forum del Turismo con il Ministero omonimo. Inoltre, la Liguria sarà la regione d'onore al prossimo Salone del Libro di Torino a maggio; un'occasione unica per presentare il nostro patrimonio librario. Per giugno abbiamo in serbo un evento importante che riveleremo solo più avanti. Per quanto riguarda gli spot sulle reti nazionali, ne programmeremo uno in concomitanza della kermesse canora e l'altro in prossimità dell'estate. Ci sarà un ospite d'onore per festeggiare a giugno la riapertura della Via dell'Amore alle Cinque Terre: con un investimento gigantesco, abbiamo realizzato un'opera molto complessa dal punto di vista ingegneristico che ha messo in sicurezza il sentiero, particolarmente amato dal turismo straniero, dando ulteriore slancio al comparto». ■ **FD**

Tra cielo e mare, una raffinata tranquillità

Luca Benvenuto, direttore dell'Hotel Porto Roca, incastonato su un promontorio a strapiombo sul mare, a Monterosso, ci apre una finestra privilegiata sulle bellezze della costa ligure

“**S**e il rumore del mare sovrasta quello dei pensieri, sei nel posto giusto”. I versi del Premio Nobel Eugenio Montale sono perfetti per raccontare l'Hotel Porto Roca, albergo di grande suggestione situato a picco sul mare nella Baia di Monterosso, in uno scenario di incommensurabile fascino, sicuramente tra i più belli della costa ligure. Tutt'intorno, la natura incontaminata delle Cinque Terre, il verde scuro della macchia mediterranea e il giallo dei limoni, il cui profumo ci regala l'ennesima ricchezza di questa terra.

«Una prospettiva unica, quella che si ammira dalle terrazze dell'hotel, che è stata celebrata nei più acclarati giornali e riviste internazionali - spiega Luca Benvenuto -. Dal 1965 l'Hotel Porto Roca accoglie una clientela internazionale in una location mozzafiato, nel cuore del Parco Nazionale delle Cinque Terre, inserite nel 1997 dall'Unesco nella lista del Patrimonio mondiale dell'umanità.

Adagiato su un promontorio a strapiombo sul mare della Riviera di Levante, l'Hotel Porto Roca è un romantico rifugio dove la bellezza è autentica e il fascino senza tempo. Il Golfo, delimitato dal promontorio di Punta Mesco, si apre allo sguardo degli ospiti che, dalle terrazze e dalle camere e suite, possono ammirare un panorama che sedusse persino i vedutisti ottocenteschi del Grand Tour».

A due passi dal centro storico di Monterosso, l'Hotel Porto Roca offre agli ospiti una vera e propria oasi di tranquillità e relax, con 39 camere e 4 suite, due bar, una piscina a sfioro con acqua di mare e una



spiaggia attrezzata per la stagione estiva. Un luogo ameno dove rilassarsi e ritemperare lo spirito. «Il Porto Roca, grazie all'intuizione del fondatore Giacinto Jacuzzi, è stato edificato in una posizione che permette di garantire agli ospiti una vera e propria oasi di tranquillità e di pace anche e soprattutto oggi che le Cinque Terre sono una meta sempre più richiesta e visitata da milioni di turisti ogni anno. Dopo una giornata trascorsa sui sentieri del Parco Nazionale oppure a bordo dei traghetti e dei treni che consentono di visitare i cinque borghi, gli ospiti del Porto Roca possono vivere momenti di assoluto relax, di pace e silenzio, a due passi dal paese ma allo stesso tempo lontani dalle folle estive».

Fiore all'occhiello della struttura è il rinomato ristorante panoramico La Terrazza, affacciato sul mare e sulle coloratissime case del borgo, offre le migliori specialità della cucina ligure accompagnate da una ricca selezione di etichette che privilegia i produttori locali senza trascurare le più prestigiose cantine nazionali e internazionali.

«Il nostro ristorante presenta un menu autentico e genuino ma nello stesso tempo raffinato e pronto a soddisfare i palati più esigenti - spiega Luca Benvenuto -. L'obiettivo è quello di proporre ai nostri ospiti internazionali la migliore tradizione culinaria ligure con un occhio attento alle ultime tendenze gastronomiche, in una posizione, ancora una volta, assolutamente privilegiata, lontano dal trambusto estivo, con tutta la cura di un servizio a quattro stelle, ma sempre in un'atmosfera rilassata e ami-

e internazionali completa la nostra offerta».

Nelle sale dell'albergo è facile trovare piccole tracce di bellezza: pur in una struttura moderna appaiono all'improvviso nicchie preziose arredate con mobili antichi di rara armonia e grande pregio, che danno l'impressione di alloggiare in una splendida villa privata.

Una segnalazione è d'obbligo per la piscina panoramica dell'hotel a sfioro con acqua di mare, unica nelle Cinque Terre, che si affaccia su una piccola baia protetta dalla ripida scogliera del Corone e immersa nel verde e circondata dai vigneti. Il complesso è stato realizzato con pietre provenienti da una cava locale ispirandosi alla millenaria tradizione dei muretti a secco, uno dei tratti più caratteristici del Parco Nazionale delle Cinque Terre. Al bordo piscina, l'ampia Jacuzzi aiuta a rigenerarsi dopo una giornata di sole e sport.

«Andiamo incontro a quei clienti che hanno voglia di trascorrere una vacanza di charme in un luogo esclusivo, con servizi personalizzati e tutti i comfort moderni, fuori dalle rotte del turismo di massa - conclude Benvenuto -. Scegliere la nostra struttura significa ambire al meglio che la ricettività turistica possa offrire quanto a modalità di soggiorno, alloggi con arredi ricercati, ambienti riservati e che favoriscono il totale relax. La nostra location è particolarmente adatta a ricevimenti e matrimoni. Lo staff sarà a disposizione, per curare la realizzazione dell'evento fin nei minimi dettagli e soddisfare ogni esigenza. Offriamo infatti la possibilità di festeggiare il matrimonio in un ambiente immerso nell'arte e nella bellezza, avvolto da un'atmosfera raffinata e tranquilla. Una vera e propria fuga dal tempo per entrare nella storia».

■ Bianca Raimondi



Hotel Porto Roca ha sede a Monterosso (Sp)
www.portoroca.it



UN ANGOLO DI PACE

Andiamo incontro a quei clienti che hanno voglia di trascorrere una vacanza di charme in un luogo esclusivo, con servizi personalizzati e tutti i comfort moderni, fuori dalle rotte del turismo di massa



**IMPERIALE PALACE:
LA BELLE ÉPOQUE A PORTOFINO.**



Imperiale Palace Hotel

Era l'inizio del Novecento quando qui si davano appuntamento regine e aristocratici, dive e intellettuali per trascorrere le vacanze sulla riviera ligure. Siamo nella baia di Portofino, in uno degli hotel più prestigiosi della Liguria: Imperiale Palace Hotel di Santa Margherita Ligure (Ge).

Il silenzio del grande parco secolare, l'eleganza dello storico palazzo liberty e il mare cristallino di Santa Margherita sono ancora gli stessi di un tempo. Ma la storia dell'albergo non è il solo motivo del suo fascino, anzi. Fra le attrazioni principali c'è la spiaggia privata e il beach club "Le Vele" che è assolutamente considerato una delle migliori location della zona, con una meravigliosa atmosfera di pace e intimità, e vivaci acque turchesi che offrono un ambiente perfetto e adatto a un eccellente relax. Lussuosi lettini e ombrelloni, servizi spiaggia riservati esclusivamente agli ospiti dell'hotel rendono possibile godersi al meglio il caldo sole ligure.

La meravigliosa piscina con acqua di mare riscaldata, poi, immersa nel verde del parco storico e affacciata sulla baia, garantisce con i suoi ampi lettini un'esclusiva immersione nel relax più totale, godendo del caldo sole della Liguria.

Un ultimo esempio è la cucina: la creazione di magnifici piatti è affidata al nostro chef, Paolo Modena, che è un appassionato per l'accurata ricerca degli ingredienti, che garantiscono sapori indimenticabili. Il ristorante "Novecento" guidato dal nostro maître d'hôtel, Mauro Tazzara, accoglie e accompagna i nostri ospiti attraverso le proposte del menu e l'eccezionale carta dei vini; un servizio elegante e attento che concluderà la serata trascorsa nel nostro ristorante.

Imperiale Palace Hotel

Via Pagana, 19

Italy - 16038 Santa Margherita Ligure (GE)

Tel +39 0185 288991

www.imperialepalacehotel.it - info@imperialepalacehotel.it

Un maestro indiscusso

Dalle sfide tecniche su materiali, luce e strutture alla funzione civica, pubblica e sociale della progettazione. Un viaggio nelle principali opere di Renzo Piano, che assumono in sé eccellenza costruttiva e attenzione per lo spazio pubblico

Il più internazionale tra gli architetti italiani della sua generazione. Renzo Piano, nato a Genova (nel sobborgo di Pegli) nel 1937, ha ricevuto premi e riconoscimenti in tutto il mondo, in primis il Premio Pritzker nel 1998 dalle mani di Bill Clinton alla Casa Bianca. È stato il primo italiano inserito nel 2006 nella classifica della rivista Time delle 100 persone più influenti del mondo. In un'intervista alla Triennale disse: «Non sono cresciuto nell'idea che l'architettura è un'arte. Piuttosto, prende forma dalla necessità». Centrale nel modus operandi di Piano è la forma sociale della progettazione, l'importanza di comprendere a fondo il genius loci di un luogo prima di iniziare a disegnare. Un edificio non può essere impiantato come un corpo estraneo nel contesto urbano, ma deve dialogare con esso proponendo un'architettura che favorisca l'incontro e lo scambio sociale. «Costruisco luoghi dove la gente s'incontra, luoghi pubblici, la struttura fisica che consente la democrazia», ha dichiarato al Corriere Living.

LA FORMAZIONE

Renzo Piano si laurea nel 1964 al Politecnico di Milano, città che lui definisce «la mia scuola di vita, grazie all'humus fertile rappresentato da figure come Albini, Zanuso, Ciribini». Si trasferisce da Firenze nel capoluogo lombardo proprio per frequentare lo studio del suo mentore Franco Albini, che «rappresentava per me un'idea di architettura come salvezza e la visione dell'architetto come poeta del fare, mosso da una profonda ansia del sociale». La sua vita universitaria si divideva tra gli interessi per la progettazione modulare a scuola e il lavoro da Albini nel pomeriggio. Conclusi gli studi, fa esperienza nei cantieri dell'impresa edile di famiglia e completa la sua formazione viaggiando all'estero: Stati Uniti ed Europa, dove si confronta con Jean Prouvé. Sono gli anni delle prime sperimentazioni sulle possibilità costruttive dei materiali leggeri. Tra i suoi primi progetti ci



L'architetto Renzo Piano

sono il padiglione della XIV Triennale (1966) e il padiglione italiano a Osaka (1969), ma è con il collega inglese Richard Rogers che firma il progetto in grado di cambiare la sua carriera per sempre: il Centro Georges Pompidou a Parigi (1977), una delle sue realizzazioni più famose e discusse, dove al carattere tecnologico e flessibile dell'edificio si unisce l'attenzione allo spazio pubblico, con l'apertura di una piazza antistante destinata al quartiere.

RICONFIGURAZIONE URBANA

L'ascesa dell'architetto genovese si fa irresistibile. Dopo aver sciolto il sodalizio con Rogers e aver aperto uno studio con l'ingegnere irlandese Peter Rice, nel 1981 fonda il Renzo Piano Building Workshop con sedi a Genova e Parigi. Proprio nella sua città natale l'architetto si cimenta alla metà degli anni Ottanta: in vista delle celebrazioni colombiane del 1992 nel recupero del Porto antico, che diventerà il nuovo luogo d'incontro dei genovesi. È il primo dei molti progetti che nei decenni successivi Piano dedicherà alla sua città, dove nel 2004 insedia anche la sua Fondazione. La strategia progettuale messa in campo a Genova viene applicata,

con tutti i necessari distinguo, anche a Berlino per la ricostruzione di Postdamer Platz (1992), ad Atene per lo Stavros Niarchos Foundation Cultural Centre (2016) e alla Valletta (Malta) per la riqualificazione dell'intera area d'ingresso alla città con il nuovo edificio del Parlamento e il recupero della Royal Opera House (2015).

SPAZI PER L'ARTE E LA CULTURA

Renzo Piano si conferma negli anni maestro indiscusso nella progettazione di spazi espositivi. Dopo l'exploit del Centre Pompidou, il The Menil Collection di Houston (1997), in Texas, è un emblema della sua visione architettonica. Spiccano la stretta integrazione fra il museo e il quartiere, che formano un'unica unità spaziale e funzionale, e l'illuminazione naturale degli ambienti, con la luce mediata dalla ripetizione di un elemento strutturale di base, «la foglia», che costituisce la piattaforma di copertura. Altro capolavoro è il Centro Culturale Jean-Marie Tjibaou a Nouméa in Nuova Caledonia (1998), espressione della millenaria cultura del popolo Kanak. Nel complesso, immerso nella natura, si sviluppano percorsi pedonali e tre villaggi di «cases», reinterpretazioni contemporanee delle capanne karnak. Da segnalare, inoltre, la Beyeler Foundation Museum a Basilea (1997); la California Academy of Sciences (2008), immersa nel Golden Gate Park di San Francisco; l'ala moderna dell'Art Institute (2009) di Chicago; la nuova sede del Whitney Museum of American Art di New York (2015); l'Academy Museum of Motion Pictures (2021) di Los Angeles, il museo del cinema più grande al mondo. Nel documentario Renzo Piano: The Architect of Light, diretto dal compianto Carlos Saura, si ripercorre la realizzazione del Centro Botín, spazio dedicato ad arte, cultura e formazione nella baia di Santander, in Spagna, inaugurato nel 2017.

IL RAMMENDO DELLE PERIFERIE

Renzo Piano ha firmato progetti ambi-

ziosi, dal The New York Times Building (2007) al Palazzo di Giustizia di Parigi (2017), senza dimenticare The Shard, il London Bridge Tower (2012), piccola città verticale che si staglia nel panorama di Londra imponendosi come uno degli edifici più alti d'Europa: «uno slancio, un'aspirazione, al centro di un quartiere risorto», afferma Piano. La sua attenzione è però sempre più focalizzata sul tema della riqualificazione delle periferie. Lo dimostrano il recupero del Lingotto a Torino, concluso nel 2003, e la trasformazione dell'ex zuccherificio Eridania nell'Auditorium Niccolò Paganini (2001) a Parma. «Le periferie sono luoghi cresciuti senza affetto, non più città e non ancora campagne, zone grigie. Eppure la forza umana è lì: la potenza demografica, la fabbrica di energie, il serbatoio dei desideri inespressi sul nostro futuro». L'architetto genovese ha inoltre contribuito a riattivare il quartiere Flaminio a Roma con il celebre Auditorium Parco della musica (2002) e a dare nuova speranza a L'Aquila post-terremoto con l'Auditorium del parco (2012), nato da un'idea di Claudio Abbado. Nominato senatore a vita nel 2013, Piano sottolinea l'esigenza di formulare modelli di progettazione che tengano conto del recupero del patrimonio edilizio esistente, nell'ottica di una maggiore sostenibilità e di un contenimento dell'urbanizzazione diffusa. L'architetto devolve la sua remunerazione di senatore per formare il G124, un gruppo di lavoro composto da giovani architetti e trasformato in un laboratorio per progettare «il rammento» delle periferie delle città italiane. Almeno 12 i progetti completati fino ad oggi, con almeno altri 4 in corso d'opera.

SIMBOLO DI RIPARTENZA

Dopo la tragedia del ponte Morandi nell'agosto del 2018, non poteva che essere di Renzo Piano il progetto del nuovo ponte San Giorgio di Genova: un viadotto urbano che attraversa la Val Polcevera in sintonia con il territorio circostante. Un progetto, costruito in tempi rapidissimi, divenuto modello per il rinnovamento delle infrastrutture italiane. Dall'Istanbul Modern al Science Gateway del Cern di Ginevra, l'archiatra genovese continua a lavorare su luoghi del sapere, della cultura e di pubblica utilità (dopo il Centro di chirurgia pediatrica per Emergency in Uganda, è in costruzione un nuovo ospedale nella periferia parigina a Saint-Ouen). Con un obiettivo: «La bellezza è un tema scivoloso, non frivolo, che dobbiamo riprenderci dal linguaggio pubblicitario. Noi architetti lavoriamo con la luce, la convivialità: è un mestiere che copre tutta l'esperienza umana».

■ Francesca Druidi

IL PROGETTO DEL NUOVO PONTE SAN GIORGIO DI GENOVA

Un viadotto urbano che attraversa la Val Polcevera in sintonia con il territorio circostante. Un progetto, costruito in tempi rapidissimi, divenuto modello per il rinnovamento delle infrastrutture italiane

Arte e teatro per la promozione della cultura dell'inclusività

Giustizia e arte, successi e dolore, fragilità e bellezza. Sono gli ingredienti che hanno dato un sapore unico alla vita di Livia Pomodoro. Donna impegnata, libera e indipendente, come il teatro fondato dalla sorella che oggi dirige

Per sorte genealogica è cresciuta tra magistrati e artisti. Ripercorrendo le orme professionali degli uni, tanto da diventare una delle prime sette magistrato donna d'Italia. Abbracciando per una circostanza drammatica gli altri, quando nel 2008 ha assunto la conduzione dello Spazio Teatro No'hma fondato dalla gemella Teresa, scomparsa nell'agosto dello stesso anno. Tra questi due snodi principali scorre la vita ad alta intensità di Livia Pomodoro, che in 83 anni non si è mai voltata indietro. Andando incontro alle sfide con coraggio e rigore, e credendo nella bellezza come valore supremo di giustizia. «Avendo presieduto per moltissimi anni l'Accademia di Belle Arti di Brera e ora il Maapo ad Arena Po- sottolinea Pomodoro- ho maturato la convinzione che l'arte e l'esperienza teatrale siano una delle massime espressioni di promozione della cultura dell'inclusività».

Una cultura che nella sua mirabile carriera in toga ha messo alla prova in prima persona, posizionandosi ai massimi livelli in un campo storicamente dominato da uomini. Si è sentita più inclusa o più ostacolata?

«Non posso parlare di "ostacoli" ma posso dire che ho avvertito sicuramente curiosità e attenzione particolari. Per quanto riguarda i nuovi ruoli professionali svolti dalle donne si è assistito a un'accettazione iniziale di schemi che poi si sono sciolti in temi e occasioni di confronto rivelatisi assolutamente interessanti. Per quanto mi riguarda ho avuto molte occasioni di dialogo non solo con le realtà quotidiane, ma anche con le istituzioni».

Donne e giustizia, una partita che si disputa ogni giorno con diversi capovolgimenti di fronte. In cosa trova che l'Italia oggi sia diventata più giusta nei loro confronti e dove invece arranca?

«Un Paese non può essere valutato né più giusto né più indietro rispetto a questo tema. Può essere valutato però, per la sua capacità di comprensione rispetto alle tematiche femminili, anche e soprattutto alla luce della sempre maggiore violenza nei confronti delle donne a cui assistiamo quotidianamente. Per quanto ri-



LO SPAZIO TEATRO NO'HMA

È l'incarnazione di un'utopia, un luogo libero e indipendente dove non si paga il biglietto per entrare e tutti possono essere fruitori di arte, bellezza e armonia senza differenze dovute alle difficoltà economiche o di ogni altro genere

guarda l'umanità in generale, molte sono le cose che si possono fare; ben diverso è ragionare sul concetto di giustizia dal punto di vista etico, essendo quella che si esercita nei tribunali la ricerca della giustizia sui fatti e sulle singole vicende personali».

Nella sua vita professionale si è occupata molto di soggetti fragili, dai minorenni ai detenuti. Come ha lavorato per la loro inclusione?

«Sia come presidente del Tribunale per i minorenni, sia come presidente del Tribunale ordinario, ho incontrato in moltissime occasioni la fragilità degli uomini, piccoli e grandi. Devo dire che credo, e spero, di aver messo un impegno particolare nel ricordarmi sempre che di fronte a me c'erano persone, vittime o colpevoli che fossero. Benché fossi considerata un giudice molto severo- e forse lo sono realmente stata anche se mi è capitato spesso di venir ringraziata da persone da me condannate a pene severe- mi sono sempre sforzata di trovare soluzioni che andassero nelle direzioni di

te obsolete e non in linea con quanto accade intorno a noi. I momenti per altro sono talmente bui e pericolosi che non è facile immaginare cosa può essere modificabile in meglio. Ma quel che posso affermare è che si tratta di uno sforzo che le donne in genere fanno e che va a beneficio di tutti, sia nell'avvocatura sia nell'amministrazione della Giustizia».

La sua "seconda vita" da direttrice teatrale la assorbe quasi a tempo pieno. Cosa la appassiona di questa esperienza e in generale, quali messaggi può aiutare a trasmettere?

«Mia sorella credeva in un'utopia fondamentale: un mondo nel quale tutti potessero essere fruitori di arte, bellezza e armonia senza differenze dovute alle difficoltà economiche o di ogni altro genere. Lo Spazio Teatro No'hma è l'incarnazione di questa utopia, un luogo libero e indipendente dove non si paga il biglietto per entrare. In esso trovo la forza di continuare a occuparmi, come mi sono sempre occupata, dell'umanità in generale. Così come accade, tra l'altro, anche attraverso il mio ruolo di titolare della prima Cattedra Unesco per il diritto al cibo, la sostenibilità e l'inclusione sociale presso l'Università Statale di Milano (Food systems for sustainable development and social inclusion)».

■ Giacomo Govoni



Livia Pomodoro, presidente dell'Accademia di Brera e dello Spazio No'hma, ex magistrato e già presidente del Tribunale di Milano

Quando il dovere è anche un piacere

Emerge un nuovo approccio al viaggio di lavoro, vissuto non più come un gravoso impegno ma piuttosto come occasione per un'esperienza di relax. Con Diego Novarino, general manager, scopriamo i comfort offerti dall'Hotel VIU Milan

Sentirsi a casa anche lontano da casa. È questa l'idea di ospitalità offerta dall'Hotel VIU Milan, una vera e propria filosofia che intende mettere al centro la relazione con il viaggiatore: «Ogni incontro equivale a un momento unico in cui far sentire l'ospite a casa - spiega Diego Novarino, general manager dell'hotel -. Qui il vero lusso è emozione, non materia». L'albergo sorge nella zona più vigorosa di Milano, tra Corso Como e Piazza Gae Aulenti, distinguendosi per la sua architettura unica. «Accoglienza, cura e valorizzazione sono i cardini del nostro servizio, attento ma modellato sulle esigenze personali di ogni ospite. Ciò che più ci sta a cuore è l'aspetto esperienziale: cercare di regalare, a ogni viaggiatore, momenti unici da ricordare con un sorriso».

Con le sue 124 camere, suddivise in 12 diverse categorie, la struttura rappresenta il perfetto connubio tra eleganza, design e fascino. La disposizione di ogni camera è pensata per rendere ogni soggiorno un'esperienza indimenticabile e totalizzante. La scelta è per davvero variegata, ma in ogni caso esclusiva. Si parte dalle Superior Rooms dotate di una superficie di 26 mq, di wifi gratuito, smart TV e molti altri comfort fino a The VIU Suite che misura 110 mq e dispone di letto matrimoniale King Size e balconi con la migliore vista su Milano. All'ottavo piano della struttura, in uno spazio che si apre a 360 gradi sullo skyline della città, la VIU Terrace si inserisce armoniosamente come luogo di svago e serenità. Qualsiasi sia il momento della giornata, rappresenta l'area in cui è possibile dedicare un momento a se stessi: per colazione, prima di un importante meeting, o per un aperitivo, prima di tornare a godersi la magia della notte milanese, è qui che la filosofia bleisure del VIU si esprime in tutte le



sue sfaccettature regalando, ad ogni momento trascorso, una percezione indimenticabile, godendosi dall'alto, ogni sfumatura della città. La terrazza è un luogo unico, distante dalla frenesia cittadina, nel quale assorbire tutta la bellezza e la tranquillità di Milano dedicandosi, per un piccolo istante, solo a sé stessi.

«Il manifesto dell'hotel può essere riassunto con il termine "Viulosophy" - aggiunge il general manager - e incarna un nuovo modo di pensare l'ospitalità. L'idea è quella di dare ai viaggiatori la possibilità di vivere il lusso a modo loro e in totale libertà, perché la percezione di sentirsi a casa, anche lontano da casa, rappresenta la vera ricchezza di ogni esperienza di viaggio. Soprattutto offriamo l'opportunità di vivere una trasferta di lavoro con una visione totalmente nuova». È questo l'approccio che caratterizza i viaggiatori Bleisure che incentrano la filosofia non solo sul business, ma anche sul piacere di vivere

Hotel VIU Milan ha sede a Milano - www.hotelviu.com

nuove esperienze ed esplorare nuove mete. Qui l'incontro con un ambiente accogliente, rilassante e un servizio attento ad ogni tipologia di esigenza, rende ogni momento unico e rigenerante. «Non è poi così vero che il dovere deve venire sempre prima del piacere, è possibile unire i due aspetti e godersi un'esperienza indimenticabile» commenta Diego Novarino.

Gustare un cocktail estivo, al tramonto, sul deck a sfioro sull'acqua della VIU Pool è un modo per prendersi il tempo

di rilassarsi, respirare e poi tornare a immergersi nella routine quotidiana. L'acqua cristallina e quieta della piscina fa da scenario all'appagante vista della città dall'alto, lontano dal caos cittadino. Una lista di cocktail ideata e curata direttamente dal team di The VIU Terrace va gustata in un ambiente poliedrico caratterizzato da una disposizione lounge contemporanea. Dai grandi classici senza tempo ai drink più ricercati, dai sapori freschi e accattivanti, il tutto accompagnato da piatti dai sapori decisi ma equilibrati. Una combinazione perfetta per trascorrere qualche ora di relax. Gli spazi sono pensati per la tranquillità dell'ospite, con musica dolce e luci soffuse che permettono di godere, in qualsiasi momento della giornata, di un momento di chiacchiere e puro relax. Il Ristorante Morelli e il Bulk Mixology Food Bar, all'interno dell'albergo, sono luoghi dove sentirsi bene rilassandosi nel bello e nel buono per godersi il tempo facendolo scorrere. Il primo traduce la cucina vera e semplice dello chef Giancarlo Morelli in un'atmosfera elegante ma priva di formalità. Il Bulk, invece, è un luogo eclettico dove la qualità, l'unicità e la ricerca delle materie prime tipiche di Giancarlo Morelli si percepiscono in tutte le loro sfumature.

■ Luana Costa



CHI È DIEGO NOVARINO

Diego Novarino è la rappresentazione della filosofia del VIU in tutti i suoi aspetti. Nel 2017 ha visto realizzarsi quella che, negli anni precedenti, pareva essere solamente un'idea ambiziosa. Grazie alla sua oculata amministrazione, fatta di competenza e visione futuristica, in pochi anni ha trasformato il VIU in un'eccellenza riconosciuta non solo in una città all'avanguardia come Milano, ma anche a livello europeo e globale. Ha una personalità carismatica, ottimista e realista. È un grande appassionato di montagna, ne apprezza ogni sua sfumatura sia estiva che invernale, e di musica, con una collezione di circa 900 dischi.

"VIULOSOPHY"

L'idea è quella di dare ai viaggiatori la percezione di sentirsi a casa, anche lontano da casa. È questa la vera ricchezza di ogni esperienza di viaggio

Da Vittorio: Bergamo a portata di mano

Si può partire da Bergamo e arrivare al culmine della ristorazione italiana, anzi mondiale? I fratelli Cerea rispondono compatti: si può fare. E tutto in nome del padre

Sono passati 56 anni da quando Vittorio Cerea, con la moglie Bruna, aprì il suo ristorante a Bergamo, in viale Giovanni XXIII. Fu lui il primo in Italia, assieme al grande Alberto Ciarla di Roma, a imporre il gusto del pesce crudo che, coi giapponesi di là da venire, era considerato robà impossibile da proporre lontano dai litorali pugliesi dov'è sempre stato considerato una squisitezza da re. Oggi, i Cerea sono a Brusaporto (Bergamo), non lontano dalla città, ma calati in uno scenario che sembra un altro mondo. E accanto al ristorante, c'è un albergo dove le coccole sono lo sport di maggior successo: un relais a cinque stelle, l'unico cinque stelle della Bergamasca, con dieci camere, e non più di dieci, dotate di tutti i comfort. Si può dire che è anche grazie ai Cerea se Bergamo ha riscoperto il suo prestigio non solo culturale ma anche turistico, con una clientela esigente che qui trova l'oggetto del desiderio.

Enrico Cerea, per tutti Chicco, uno dei figli di Vittorio, è il nocchiero dell'impresa. Lui presidia le cucine, che sono state insignite delle tre stelle dalla guida Mi-



chelin: come dire, uno dei massimi richiami per il turismo internazionale. Nell'epoca del Covid, oltretutto, Chicco e i suoi fratelli rivestirono un po' il ruolo di "autorità morale" in una provincia di Bergamo che fu duramente falcidiata nel corso della prima ondata del virus. Ci

facciamo volentieri quattro chiacchiere.

Allora Chicco, il flusso turistico d'alto profilo sembra essere sempre più importante per la vostra attività?

«Siamo certamente fortunati in tal senso. Di sicuro, gioca un ruolo fondamentale la nostra appartenenza al circolo dei Relais & Châteaux, che porta una clientela che è interessata esattamente a quel che possiamo offrire. Ma siamo anche dentro altri circuiti che ci garantiscono apprezzamento e notorietà. Del resto, con solo dieci camere possiamo regalare all'ospite tutte le coccole personalizzate che merita».

Di solito, chi viene da voi?

«Certamente, italiani. Ma anche tanta gente dall'estero. Per dire: noi abbiamo una connection con Shanghai, e questo ci garantisce l'arrivo di una folta rappresentanza cinese con grandi capacità di spesa. Ma dall'Oriente non mancano nemmeno presenze dalla Corea del Sud. Altre nazionalità? Potrei ricordare i brasiliani e, dall'Europa, molti dall'Est: Romania, Bulgaria... Ma quello che è più importante, è che gli americani sono tornati a viaggiare: il turismo degli Stati Uniti è importantissimo per il nostro Paese, e noi come ristorante e albergo di lusso non facciamo eccezione. Ma c'è poco da dire: dopo la tragedia del Covid, il turismo in Italia sta nuovamente esplo-

dendo».

Un ospite che venisse da voi, cosa troverebbe?

«Anzitutto, il ristorante, che è quello da cui tutto è nato. È lì che è nata la nostra vocazione a emozionare e rendere contento il cliente. Chi viene da Vittorio lo fa per uno scopo: vuole godere, rilassarsi. Così, magari la sera viene a mangiare i nostri Paccheri alla Vittorio, si fa la foto col nostro bavaglione iconico e la mette su Instagram. E poi, dopo una bella notte in una delle nostre stanze, magari va a fare il massaggio nel bosco».

Di che si tratta?

«Una casetta nel nostro bosco, aperta, raggiungibile con una passeggiata o



Lo chef Enrico Cerea, per tutti Chicco

con le nostre golf car: lì, uno staff di massaggiatori si prende cura dei clienti, magari in coppia. Tutt'attorno, lo stornire delle fronde e il cinguettare degli uccellini. Un'esperienza da provare! Ma noi offriamo anche pedalate in biciclette nella natura, escursioni, visite alla Franciacorta che è a due passi, visite a caseifici che fanno il formaggio di fronte ai nostri ospiti. E tra gli altri servizi, c'è l'eliporto privato: tanti clienti ormai ne fanno uso, fu una mia intuizione per bypassare le strade fin troppo trafficate che ci sono di questi tempi».

Quali sono i mesi clou per voi?

«Abbiamo tanta affluenza in due momenti dell'anno: la primavera e il periodo delle festività natalizie. In agosto chiudiamo, ma pure in luglio e settembre abbiamo fior di gente che viene qui, nella natura, a staccare dalla frenesia della vita abituale».

Tu e la tua famiglia curaste il catering per la festa di Silvio Berlusconi e il suo "matrimonio" simbolico con Marta Fascina: com'era il Berlusconi gourmet?

«È stato cliente tante volte. Amava cucina semplice, tradizionale. Non voleva l'aglio. Spesso ci chiedeva piatti che contenessero i tre colori della bandiera italiana».

■ Tommaso Farina

CHI VIENE DA VITTORIO LO FA PER UNO SCOPO

«Godere e rilassarsi. La sera viene a mangiare i nostri Paccheri alla Vittorio, si fa la foto col nostro bavaglione iconico e la mette su Instagram. E poi, dopo una bella notte in una delle nostre stanze, magari va a fare il massaggio nel bosco»



Nella montagna incontaminata

A pochi minuti da Milano e da Bergamo, nel cuore della suggestiva Valle Imagna, si può vivere un soggiorno indimenticabile, tra benessere, eleganza e ottima cucina. La famiglia Gritti ci apre le porte dell'Hotel Resort & Spa Miramonti

Immersa in un contesto naturalistico ancora quasi incontaminato, la Valle Imagna è un territorio circondato dal verde dei prati e dei boschi, nell'area prealpina delle Orobie Bergamasche. Qui il paesaggio naturale è piuttosto variegato e passa dalle dolci colline degli Almenno alle cime più aspre del Resegone. Meta ideale per gli amanti della natura e dello sport, offre un ventaglio di opportunità per praticare attività all'aria aperta. Inoltre, arricchiscono l'esperienza numerose testimonianze artistiche, culturali e di architettura rurale, alcune delle quali riconosciute a livello nazionale ed europeo.

Inserito in questo splendido scenario della Valle Imagna, delimitata a Nord dalla catena montuosa del Resegone e a Sud dalla parte più bassa e vicina alla città di Bergamo, l'Hotel Resort & Spa Miramonti costituisce da sempre una scelta di qualità per chi alla natura chiede il piacere di un soggiorno rigenerante, con tutte le attenzioni e la ricerca dell'ac-



curatezza nei dettagli. «Arrivare qui significa lasciarsi alle spalle la frenesia dei grandi centri urbani e salire di quota fino a raggiungere il balcone panoramico, a 700 metri d'altezza, dove è situato l'hotel - afferma il responsabile Giampiero Grillini -. Al Miramonti Resort & Spa si viene principalmente per rigenerarsi e staccare la spina, magari abbinando il soggiorno benessere a delle attività outdoor a contatto con la natura».

Quando è nato e come si è sviluppato nel corso del tempo il vostro hotel?

«La nostra storia ha radici lontane. I miei nonni Pina e Pietro, che nel dopoguerra

L'Hotel Resort & Spa Miramonti si trova a Rota d'Imagna (Bg) www.hotelmiramontibergamo.com

gestivano un circolo all'interno del vecchio Hotel Miramonti (oggi ristrutturato da noi con eleganti suite), negli anni 60 costruirono il nuovo albergo situato a ridosso della montagna, che vantava una vista mozzafiato sulla valle. L'hotel venne inaugurato nel '64, poco dopo la gioia di questa avventura fu funestata dalla perdita di nonno Pietro, che lasciò la moglie Pina e le tre giovani figlie, Nella, (mia mamma), Olimpia e Tiziana alla guida del Miramonti. Nel corso degli anni 60, grazie al boom economico, l'attività si evolse sempre di più. In particolare, cominciò a riscuotere un grande successo anche il ristorante interno, apprezzato non solo dagli ospiti dell'albergo ma anche dai turisti e abitanti della valle, che spesso lo prenotavano per festeggiare eventi e cerimonie particolari. Nel frattempo fu

aperta anche la pizzeria Pina, a pochi passi dall'hotel. Durante gli anni 90, dopo un'importante ristrutturazione, l'albergo passò dalle originali 60 camere alle 48 più spaziose ed eleganti, prendendo la terza stella».

Quando è avvenuto il rilancio del Miramonti?

«Il rilancio è cominciato nel 2003, con la nuova generazione formata da me insieme alle mie sorelle e cugine. Lo stimolo iniziale è arrivato dalla forte crescita che l'aeroporto di Bergamo-Orio al Serio stava vivendo. La stagione, che prima era ridotta al periodo estivo, si allargò da aprile a ottobre. In quel momento abbiamo capito che sarebbe aumentata notevolmente la richiesta di servizi ricettivi da parte di turisti stranieri e il ruolo delle piattaforme on line: oggi sembra una cosa normale, ma allora a utilizzarle eravamo in otto in tutta la provincia, solo in due in tutta la Valle Imagna. Per farci trovare pronti, sono cominciati gli investimenti. Abbiamo sostenuto diverse ristrutturazioni, che hanno fatto guadagnare al Miramonti la quarta stella. Nel 2005 abbiamo deciso di prolungare la stagione: dai tre mesi estivi, siamo passati al periodo aprile-ottobre oltre alle vacanze di Natale, mentre oggi siamo aperti praticamente tutto l'anno.

Nel 2010 abbiamo poi inaugurato il nostro centro benessere di 700 mq, dotato anche di vasca riscaldata esterna ed interna e vista sui boschi verdi di Rota Imagna e della valle, una proposta il cui successo è andato oltre le nostre aspettative. Nel 2016, infine, abbiamo fatto un ulteriore intervento sulle camere e abbiamo realizzato alcune suite con vasca idromassaggio interna, rivolte a una nuova clientela. Prima infatti la fascia d'età dei nostri ospiti era anagraficamente più alta, oggi invece hanno molto successo le proposte per coppie che vogliono trascorrere un pomeriggio o un paio di giorni romantici lontano dal caos della città: oltre alla spa, qui trovano massaggi rilassanti e cene allietate da musica dal vivo. Il tutto circondato dalle bellezze naturali della Valle Imagna».

BIO SPA CARERA

La spa, chiamata Carera come l'antica sorgente da cui prende l'acqua, si estende su una superficie di 700 metri quadrati. Si sviluppa in un percorso fatto da piscina interna ed esterna (riscaldata a 33 gradi), bio sauna finlandese panoramica, bagno turco, sentiero Kneipp, docce sensoriali, cascata di ghiaccio, oasi del silenzio con letti ad acqua, area relax con tisaneria, sale massaggi con trattamenti e prodotti di alta qualità. Nella Bio spa Carera si può scegliere il programma di bellezza personalizzato e più indicato alle proprie esigenze. Sono a disposizione dei clienti esclusivi ambienti, trattamenti di alta qualità, personale specializzato e un'attenta selezione di cosmetica biologica.

LA FILOSOFIA

Accoglienza all'insegna della qualità e del continuo miglioramento per offrire sempre ai nostri clienti un valido motivo per tornare a trovarci



PARTICOLARITÀ

Molti ospiti ci scelgono per l'atmosfera familiare, l'attenzione ad ogni più piccola necessità, la cura del dettaglio, l'accoglienza e il calore garantiti da tutti noi e per la posizione strategica

Da chi è gestito oggi l'hotel?

«Il lavoro negli anni è aumentato e la squadra si è allargata di conseguenza, ma la gestione del Miramonti è rimasta rigorosamente familiare: tutti discendenti da nonna Pina, la fondatrice. Oggi ogni membro della nostra grande famiglia viene coinvolto nella gestione e ci siamo divisi i compiti, a partire da mamma Nella, che fa la cuoca e zia Olimpia, la pizzaiola. C'è chi si occupa delle prenotazioni, chi della spa e chi della cucina come le mie cugine Claudia e Chiara. Condividiamo tutti la stessa filosofia: accoglienza all'insegna della qualità e del continuo miglioramento per offrire sempre ai nostri clienti un valido motivo per tornare a trovarci nel contesto della nostra meravigliosa valle. All'interno dell'albergo lavorano 23 dipendenti fissi, tutto l'anno. Dopo il duro periodo del Covid-19, già nel 2021 gli ospiti sono tornati rapidamente a salire, mentre il 2022 si è chiuso con 18 mila presenze, un tasso di occupazione delle camere del 76 per cento e due milioni di euro di fatturato: non possiamo che essere particolarmente soddisfatti!».

Che caratteristiche ha il ristorante Gritti?

«Il nostro ristorante con vista panoramica sulla vallata offre tutti i migliori piatti della cucina regionale, in particolare i sapori tipici della cucina bergamasca, tra cui spiccano i casoncelli della Valle Imagna: tradizionali ravioli con ripieno di carne di maiale, manzo, uvetta e biscotti

all'amaretto. Ogni piatto è accompagnato dalla ricercata selezione dei nostri vini».

Cosa cercano i vostri clienti?

«Oggi il nostro hotel si propone come luogo ideale per una fuga dalla città, offrendo soggiorni all'insegna del benessere e della buona cucina. Il ristorante è aperto a tutti, non solo agli ospiti dell'hotel, e in estate organizziamo ogni settimana serate speciali con griglia e musica che si concludono con spettacoli di fuochi d'artificio. Molti ospiti ci scelgono per l'atmosfera familiare, l'attenzione ad ogni più piccola necessità, la cura del dettaglio, l'accoglienza e il calore garantiti da tutti noi e per la posizione strategica. Siamo infatti una perfetta base da cui partire per scoprire i suggestivi laghi e le città lombarde».

Che tipo di divertimento cercano i vostri clienti fuori dall'albergo?

«Le famiglie o i piccoli gruppi di amici che ospitiamo apprezzano molto le uscite organizzate nella natura, le visite ad aziende agricole locali e l'assaggio di prodotti tipici in collaborazione con realtà della valle. Puntiamo proprio a promuovere le bellezze della Valle Imagna: prima di rientrare a casa i nostri ospiti non possono non passare dal santuario della Cornabusa, dal laghetto del Pertus, dal borgo di Arnosto a Fuipiano o dalla località Tre Faggi, poco più in alto, da cui si ammira un panorama stupendo. Agli stranieri proponiamo anche i piatti della tradizione bergamasca e degustazioni di vari prodotti».

Com'è cambiata la clientela nel corso del tempo?

«Quando l'Hotel Miramonti apriva i battenti a Rota Imagna era il 1964. Un'altra epoca, anche dal punto di vista dello stile della vacanza: gli ospiti erano allora soprattutto famiglie provenienti da Bergamo e dal capoluogo milanese che sceglievano di soggiornare in valle per l'intera stagione estiva, magari con il capofamiglia al lavoro che faceva la spola nel week-end. Oggi l'hotel richiama turisti da tutto il mondo, merito della nostra piena disponibilità a mettere la massima attenzione verso ogni esigenza della clientela. La nostra clientela è molto variegata: comprende dai turisti che si fermano solo una notte, fino a gruppi o coppie che si fermano una o due settimane per un pieno relax. Negli ultimi anni abbiamo accettato anche la sfida del turismo che cambia, investendo per innovare la nostra proposta ricettiva mantenendo però allo stesso tempo gli elementi che caratterizzano le valli bergamasche: clima familiare, natura e tradizioni.

Abbiamo clienti di una certa età, che non sentono il bisogno di divertimento rumoroso o caotico, ma molti sono anche gli amanti dello sport che si godono le passeggiate in montagna e poi si rilassano nel centro benessere, molto apprezzato anche dalle giovani coppie, che lo scelgono per godere un po' di relax e intimità. A scegliere il Miramonti di Rota Imagna

ci sono anche turisti locali con la voglia di riscoprire zone della Bergamasca poco conosciute, verdi e adatte per vivere un week end di relax o di sport immersi nella natura.

La clientela italiana proviene soprattutto dal Nord: Lombardia, Piemonte e Veneto ma nell'ultimo anno abbiamo ospitato ben 7mila stranieri europei: sono tornati i britannici, abbiamo avuto francesi e olandesi, tedeschi in estate, e molte persone dal Nord Europa. Ci sono diversi appuntamenti di un'ampia area geografica che li richiamano, penso ad esempio al Salone del Mobile di Milano che ad aprile-maggio fa sempre registrare numerose prenotazioni».

Quali progetti avete per il futuro?

«Stiamo cercando di valorizzare ulteriormente il nostro resort con un ampliamento della spa per renderla ancora più performante e allettante per i nostri ospiti. È nostra intenzione anche incentivare la tradizione turistica del villaggio. Una volta il paese Rota di Magna era una meta conosciuta solo per il periodo estivo e ci sono molte seconde case che vanno riprese e ristrutturate. È un progetto che abbiamo già cominciato a realizzare io e mia moglie Ilze, con la creazione di case vacanze esclusive con piscina; ora anche mia cugina Chiara con il marito Fabio stanno ridando vita al vecchio Hotel Miramonti, con delle suite elegantissime».

■ **Cristiana Golfarelli**



PROFESSIONALITÀ FAMILIARE

L'attenzione certissima per la clientela si avverte anche dai tanti fiori ai balconi e nel giardino, dalla estrema pulizia e ordine che si incontra in ogni angolo della vasta struttura che si articola su ben nove piani. A disposizione degli ospiti, libri in tutte le lingue, materiale per conoscere il territorio e le possibilità di escursioni, biciclette e mountain bike, racchette con nordic walking e mappe dettagliate, nonché un pullmino per i trasferimenti. Un mix di offerta che offre agli ospiti una varietà di spunti per trascorrere qui un periodo di vero riposo, coccolati dalle mille attenzioni delle sorelle Nella e Olimpia Gritti, cui fanno da valido supporto mariti e figli. Un'organizzazione che è fondamentalmente familiare ma che si avvale di professionisti preparati e sicuri.

Rigore e follia

Le piazze eleganti, le chiese e i palazzi barocchi, le residenze reali, i portici, le vie tutte dritte, i musei e i negozi di una città dalle mille sfumature. Una passeggiata per il centro storico di Torino, in compagnia di Massimo Giletti

Dolcemente appoggiata ai primi contrafforti alpini ed abbracciata dal sinuoso scorrere del Po, Torino è una città che in questo secolo ha saputo reinventarsi più volte, passando da sontuosa capitale del Regno d'Italia a polo industriale di fondamentale importanza nel periodo del boom economico, per trasformarsi oggi in un centro d'innovazione artistica, scientifica, tecnologica e culturale, ma soprattutto in un'importante attrattiva turistica, che richiama visitatori da ogni parte del mondo. Viviamola attraverso le parole di un suo cittadino illustre: Massimo Giletti. Un uomo che ha dato dimostrazione di conoscere la politica e la cultura del nostro Paese. Un uomo che ha sfidato i poteri forti e soprattutto la criminalità organizzata dando un grosso contributo alle nostre istituzioni

Torinese, ma romano d'adozione. Cosa le manca della sua città natale?

«È chiaro che quando cresci in una città lì vivono per sempre le tue radici. Mi mancano le emozioni che ho vissuto in quelle strade, sotto i portici, e quando cammini tra quelle strade respiri il fatto che Torino è stata una capitale e da lì è partita l'Italia. Mi manca soprattutto quel profumo di storia misto ad emozioni».

Il luogo più caro della sua infanzia?

«La collina della nostra villa di Ponzone di Trivero in provincia di Biella. È il luogo dove a 5 anni suggellai un patto con mia madre di un legame profondo ed è anche il luogo dove

ho imparato a convivere con la natura e gli animali, in mezzo ai boschi. Mia madre trascorreva la maggior parte del tempo a Torino con i miei fratelli maggiori che frequentavano già la scuola. Quando lei se ne andava per me era un dolore immenso perché vivevo solo nella villa di campagna. Soffrivo molto e là su quella collina dissi a mia madre che non ci dovevamo mai lasciare. Lei comprese la mia sofferenza e mi portò a vivere a Torino».

Pensando alle sue origini piemontesi quali sono i suoi luoghi del cuore?

«Il Monte dei Capuccini a Torino perché da lì si ha una visione completa della città, si può vedere il Lingotto, il Palazzo Reale, la collina di Superga e soprattutto le Alpi: uno sguardo verso l'infinito con le montagne innevate, è un'immagine che mi rimane dentro. Mi mancano le mie montagne. Da ragazzino con don Primo, il mio vecchio sacerdote, scalavo le montagne senza paure, in mezzo alla nebbia...la Madonna ci ha aiutato molte volte in quei sentieri che nascondono ruscelli limpidi e trasparenti come io penso di essere».

Cosa ha preso da questi luoghi?

«L'impetuosità e nello stesso tempo la trasparenza dei torrenti delle mie montagne».

Un turista a Torino cosa deve assolutamente vedere?

«Torino è famosa per le sue piazze eleganti, le chiese e i palazzi barocchi, le residenze reali, i portici, le vie tutte dritte, i musei e i negozi: una passeggiata per il centro storico non



Massimo Giletti, Credit Foto: Marco Provvionato/MDPhoto / ipa-agency.net

può che essere una delle prime cose da fare a Torino. Ma Torino è anche una città dalle mille sfumature. Da ragazzino ogni tanto accompagnavo mia nonna Melania al mercato di Porta Palazzo e mi piaceva da morire sentire le urla, le grida, linguaggi e dialetti diversi perché era una centrifuga di colore e di parole, dialetti lontani, sconosciuti, mi piacevano quelle grida che raccontavano una città che oggi non c'è più».

Piazza Vittorio... e poi Via Po, Piazza Castello, Via Roma... Come fai a non amare una città che ti si presenta così?

«La strada che va da via Pietro Micca al Liceo D'Azeglio, passando per via Arsenale...ecco nel silenzio di quella via che percorrevo quotidianamente mi regalavo sogni, speranze, pensavo al mio futuro. Sognavo di fare delle scelte ma di non abdicare mai a quello che è il mio sentire. In questo sono riu-

scito».

“Torino è una città che invita al rigore, alla linearità, allo stile. Invita alla logica, e attraverso la logica apre alla follia”, dice Calvino. Si riconosce in questa definizione?

«Mi racchiudo perfettamente in questa frase, a volte penso di essere un po' troppo folle rispetto alla dinamica torinese, tanto che mi viene da pensare di essere più un uomo del Sud, per il calore che ho, per la voglia di vivere. Io mi porto dentro l'austerità, la rigidità di Torino...ma anche un pizzico di follia. Non sono mai stato piatto, sono sempre stato un po' fuori dalle regole, pur rispettandole, come si riflette nel mio modo di fare televisione, non faccio la Tv che piace al palazzo».

Un viaggio a Torino è anche l'occasione per assaporare alcuni dei tanti piatti tipici cucina piemontese. Cosa consiglia di gustare?

«Gli elementi che ricorrono maggiormente sono le paste ripiene, la carne di Fassona, il vitel tonnè, il tutto in abbinamento con qualche calice di ottimo vino piemontese...Barbera, Chardonnay, Pinot, Moscato. Amo soprattutto l'agnolotto che mi riporta a quando da bambino andavo in un pastificio da Elia in via San Tommaso, uno storico creatore di bontà. E che dire dei gianduotti...»

Qual è il difetto più grande di Torino?

«Il suo limite è stato chiudersi ed arroccarsi nella certezza del sistema Fiat e ha costruito tutto intorno ad essa. La definivo l'ultima città stalinista. Il monolite era la Fiat. Solo con l'arrivo delle Olimpiadi e con il declino del gruppo Fiat, Torino si è aperta alla cultura, unica vera forza dell'uomo perché combatte la mediocrità. Solo un uomo che ha cultura è un uomo libero. Quando Torino ha cominciato ad investire in mostre, a riportare alla bellezza, è scattato qualcosa di diverso. Dopo la caduta della Fiat, ha finalmente trovato la capacità di riaprirsi».

I suoi progetti di oggi?

«Mi sono isolato molto, il mio maestro torinese Giovanni Minoli mi disse vai lontano, trova un posto dove recuperare l'anima perché le ferite si recuperano allontanandosi dai contesti in cui sono nate. Io ho vissuto e vivo in questo modo, recuperando spazi che avevo perso e che mi serviranno per quando tornerò. Ci vuole un po' di tempo ma torneremo. Intanto vivo il presente. Dopo quello che ho vissuto di recente non penso al domani. Vivo l'oggi. Non è il momento di fare annunci. Aspetto. Sono molto cauto».

Cosa augura agli italiani per il nuovo anno?

«Auguro soprattutto di non alimentare una società che ha una dialettica troppo accesa. Ciascuno nel proprio percorso di vita deve fare qualcosa per riunire non per dividere. Troppo spesso non ascoltiamo chi ci è vicino. Bisogna imparare di nuovo ad ascoltarci, magari...abbandonando per un po' la gabbia dei social, dei telefonini, per tornare ad avere contatti più veri ed autentici».

■ **Cristiana Golfarelli**

TORINO
È una città che invita al rigore, alla linearità, allo stile. Invita alla logica, e attraverso la logica apre alla follia



Un elegante rifugio metropolitano

Lo stile moderno si sposa con sobrietà e funzionalità: Blu Hotel Sure Hotel Collection by Best Western, guidato da uno staff altamente qualificato, accoglie i suoi ospiti con professionalità e calore, come racconta il titolare Fabrizio Chianello

Il centro storico di Torino, regale, pieno di fascino, con le sue ampie piazze e le eleganti facciate dei palazzi nobiliari che ne testimoniano l'importante passato, lo si apprezza pienamente passeggiando. E dal Blu Hotel si riesce a raggiungere facilmente, vista anche la vicinanza alla linea metropolitana. Il Blu Hotel - Sure Hotel Collection by Best Western, è un 4 stelle moderno ed elegante, situato a Collegno, in una posizione strategica rispetto all'estesa area business, che comprende le confinanti città di Rivoli, Grugliasco e Pianezza, ma anche comodo per raggiungere il centro città. Risulta essere una soluzione ottimale per chi viaggia, essendo facilmente raggiungibile dalla tangenziale senza entrare nel centro di Torino, che tuttavia dista solo 8 km dall'hotel. L'accesso alla struttura è ubicato sulla via principale, da qui si accede alla hall sita al primo piano dello stabile, dove si svolge l'attività di accoglienza della clientela. Un ambiente allestito in modo tale da rendere i locali particolarmente confortevoli a chi ne fa uso. Inoltre, in prossimità della sala d'aspetto, è presente un'area bar, nella quale i clienti possono sostare gustando deliziosi prodotti di caffetteria e stuzzichini di ogni gusto. «L'accoglienza - spiega il proprietario Fabrizio Chianello - è uno dei passaggi fondamentali della guest experience degli ospiti, un vero e proprio valore aggiunto, che contribuisce a rendere più piacevole il soggiorno. Non si limita, come spesso succede in



molte strutture, al semplice front office del ricevimento, ma abbraccia un concetto molto più esteso. Il rapporto diretto con il cliente per noi è un aspetto imprescindibile ed è anche parte integrante del nostro modo di lavorare. Il contatto che instauriamo con i nostri ospiti è veicolo di una professionalità ed expertise che amiamo trasmettere e mettere in campo per rendere il soggiorno presso la nostra struttura il migliore possibile. Crediamo infatti che i rapporti umani non possano essere sostituiti dalla tecnologia e che il valore aggiunto dell'ospitalità stia proprio nella preservazione dell'identità delle strutture, della calma, del comfort e della tranquillità. Cerchiamo di rispondere adeguata-

Blu Hotel Sure Hotel Collection by Best Western ha sede a Collegno (To) - www.bluhotel torino.it

mente ai bisogni dei nostri ospiti: non deludiamo chi ha l'esigenza di essere sempre connesso, effettuiamo le procedure check in e check out in modo rapido ed efficiente e siamo molto flessibili proprio per poter offrire un servizio personalizzato in base alle esigenze». Imprescindibile, per lo staff del Blu Hotel, è l'aspetto umano: il cliente si sente ascoltato e può contare su disponibilità e accoglienza. «Per noi ospitalità significa soprattutto capire le esigenze e le aspettative. Ci dà soddisfazione risolvere eventuali problemi, alleviare le piccole tensioni e rendere felici i clienti. Crediamo poi che il dettaglio più importante sia la sensazione di sentirsi come a casa. Prevalentemente la nostra clientela ha un taglio corporate ed è fidelizzata da anni, in quanto lavoriamo con molte aziende e abbiamo

tantissimi ospiti abituali. Non a caso, abbiamo il programma Fidelity Best Westner, che riconosce i membri di Best Westner a cui è dedicata un'accoglienza particolare, con servizi a loro riservati».

Ai tre piani, in cui sono distribuite le camere, si accede tramite la hall e le scale interne o attraverso due ascensori che collegano tutti i piani. Uno dei punti di forza del Blu Hotel-Sure Hotel Collection by Best Western, è la dimensione delle stanze, molto più generosa rispetto alla media degli hotel business 4 stelle. Anche l'attività congressuale è uno dei punti di forza della struttura, grazie alle tre sale meeting, con capienze variabili da 120 a 50 posti, tutte moderne e luminose, concepite per soddisfare ogni esigenza di lavoro: colloqui, riunioni, break out rooms, meeting. «Al piano terra si trovano la Sala Certosa con capienza massima 40 persone, la Sala Provana per 50 persone, la Sala Leumann, fino a 130 persone - sottolinea Chianello -. Tutte le sale riunioni sono dotate di luce naturale e tende oscuranti, aria condizionata/riscaldamento regolabili autonomamente e connessione wifi gratuita, oltre a schermo, video proiettore lavagna luminosa, sistema audio con microfoni. Risultano quindi adatte per convegni, presentazioni di prodotti o per eventi culturali».

Ma il fiore all'occhiello in assoluto dell'hotel è il ristorante Rosa Blu che può ospitare in un'unica sala fino a 200 persone, e dispone anche di sale più raccolte e d'atmosfera per gruppi meno numerosi. L'ambiente è luminoso ed elegante, adatto ad ogni tipo di evento. «I nostri ospiti possono degustare, oltre alla classica cucina internazionale, anche piatti caratteristici del territorio preparati direttamente dal nostro chef. Il ristorante Rosa Blu propone una ricca scelta di portate con ingredienti selezionati per genuinità e stagionalità, nel rispetto della tradizione italiana ricca di sapori e antichi profumi regionali. Menu à la carte oppure convenzionati per venire incontro a chi vuole tenersi leggero oppure a chi ama trattenerci più a lungo a tavola, accompagnati da una prestigiosa carta di vini scelti con cura per offrire i migliori abbinamenti. Si organizzano, oltre a battesimi, comunioni ecc., anche serate a tema che possono variare dalla cena a lume di candela alle serate tematiche, con piano bar o gala danzanti». ■ BG

CLIENTELA FIDELIZZATA

Prevalentemente il nostro target ha un taglio corporate, in quanto lavoriamo con molte aziende e, da anni, abbiamo tantissimi ospiti abituali



RISPARMIO ENERGETICO

Il Blu Hotel Sure Hotel Collection by Best Western è un albergo estremamente versatile, adatto a business-man, trasfertisti anche per medi e lunghi periodi, famiglie con bambini e turisti, sia individuali che gruppi.

La struttura è anche molto attenta alla sostenibilità e alla transizione ecologica, nel 2019 è stato infatti eseguito un importante intervento di riqualificazione energetica, con l'installazione di pannelli fotovoltaici e un impianto di cogenerazione ad alto rendimento, che garantiscono una resa di 100kW elettrici e 80Kw termici, pari al 60 per cento del fabbisogno della struttura, per un impatto ridotto in termini di emissioni di CO2, e consumi ottimizzati.

Esperienze inedite, da ricordare

Korakané Travel, guidata da Norberto Zazzeron, non è la classica agenzia di viaggio. Le sue proposte, anche le più tradizionali, si distinguono perché prevedono sempre e comunque qualcosa di speciale. «Ecco il vero spirito del viaggiatore»

Viaggiare ha tante derive che portano verso un unico obiettivo: la scoperta. C'è un trend in crescita che punta proprio sull'allontanarsi dalle solite rotte, ma viaggiare off-grid è quasi un bisogno di luoghi dove il turismo di massa non è ancora arrivato e viaggiare con questa mentalità significa andare a caccia di hotel ed esperienze in luoghi incantevoli, spesso non ancora contaminati dalla massa. «Siate viaggiatori, noi pensiamo a tutto il resto». Questo l'invito col quale l'agenzia di viaggi Korakané Travel a Bra accompagna proposte che guardano alle più affascinanti e insolite mete in Italia e nel mondo. L'azienda, giovane e dinamica, produce viaggi di gruppo, ma anche viaggi su misura per individuali, viaggi di nozze e Cral, come racconta il titolare, Norberto Zazzeron.

Come è nata Korakané Travel?

«Il tour operator nasce da un gruppo di persone con varie esperienze diversificate nel settore che ho riunito per dare vita a Korakané Travel e realizzare l'idea di proporre viaggi insoliti. Diamo vita ad itinerari a corto, medio e lungo raggio, in Italia, in Europa e nel resto del mondo».

Cosa vi differenzia dai vostri competitor?

«Il nostro obiettivo è quello di proporre, in gran parte, itinerari insoliti al di fuori dei classici circuiti battuti dal turismo di massa. Un tipico esempio è la crociera sul Nilo con la dahabiya e l'archeologo. Una sezione a cui teniamo molto è quella dell'enoturismo. Elaboriamo infatti itinerari tematici nei territori di produzione più prestigiosi, per esempio in Francia tra Alsazia, Champagne, Jura in partenza il 1 aprile o in Spagna nella zona vinicola de La Rioja previsto a settembre. Proponiamo anche itinerari culturali a



LA VISION

Ogni tassello dei nostri viaggi è frutto di una sperimentazione, una selezione, un'esperienza sul campo in stretta collaborazione con i migliori esperti in loco che renderanno unica la vostra avventura

tema come la Mancha spagnola del Don Chisciotte o in funzione di eventi particolari, tra cui la visita in Sardegna per i festeggiamenti di Sant'Efisio l'1 maggio, a Bruges per la festa dell'ascensione o in Giappone per la fioritura dei ciliegi. Creiamo tour, come quelli nel Sud dell'Andalusia o nel Nord del Marocco, basati su esperienze effettuate in prima persona in quei luoghi. A questa offerta, affianchiamo anche alcune partenze più "tradizionali" dove, però, non manca mai l'inserto inedito. Ogni viaggio viene studiato e poi confezionato da noi personalmente, comunicando in maniera diretta con tutti gli attori della filiera turistica e mettendo a frutto la nostra esperienza decennale sul campo. Una filosofia rias-

sumibile in alcuni punti fermi, quali l'ampia gamma di destinazioni e itinerari, la chiarezza nell'offerta dei servizi, l'attenzione speciale alla ristorazione, l'impiego di accompagnatori qualificati, la flessibilità e l'assistenza al cliente 24 ore su 24».

Cosa offrite al vostro target?

«Il nostro pubblico di riferimento è una nicchia di mercato composta da viaggiatori che sono alla ricerca di un viaggio, oltre che esplorativo, esperienziale. Abbiamo una clientela molto attenta, di fascia medio alta. In tutti i nostri tour, utilizziamo, quanto più possibile, hotel in posizione centrale, ristoranti tipici, guide qualificate e di comprovata esperienza del territorio che andiamo a visitare.

Korakané Travel si trova a Bra (Cn)
www.korakantravel.com

In aggiunta, garantiamo sempre la nostra presenza con il gruppo per tutta la durata del viaggio. Ogni tassello dei nostri viaggi è frutto di una sperimentazione, una selezione, un'esperienza sul campo in stretta collaborazione con i migliori esperti in loco che renderanno unica la vostra avventura. Dalla destinazione a noi più familiare a quella più esotica, ogni Paese custodisce una piccola parte inesplorata, la più autentica, da ricercare con pazienza».

Quali caratteristiche vi distinguono dai competitor?

«L'attenzione e la qualità con cui confezioniamo i nostri viaggi, non badando tanto al prezzo, ma soprattutto all'organizzazione perfetta in ogni aspetto, dalla ricerca dell'albergo, che deve essere nel centro delle città e nelle zone più rinomate, ai ristoranti (cerchiamo solo posti eleganti e con un'ottima offerta di piatti tipici) fino al periodo più consono per il luogo che si decide di andare a visitare. Per noi è un lavoro più lungo ma per i nostri clienti è qualitativamente molto più alto».

Quali viaggi tipici proponete in questo periodo?

«Viaggi esperienziali con visite guidate mirate: a Bologna, per esempio, non facciamo la classica visita alla Torre degli Asinelli, ma vi porteremo a scoprire i sette segreti della città; a Treviso andiamo a vedere Canova alla Gypsotheca dove si partecipa a una visita indimenticabile: di sera, a lume di candela, la direttrice fa rivivere l'atmosfera che Canova respirava a fine Settecento nel suo studio romano. A Stoccolma, per Santa Lucia, assistiamo al Concerto di Natale guidato da bambine che entrano in chiesa indossando corone di candele accese e poi c'è il pranzo di Natale con un buffet gigantesco».

Si può viaggiare tranquilli oggi?

«Il 9 ottobre (2 giorni dopo lo scoppio della guerra) siamo partiti con 26 persone per la Giordania, l'ultimo giorno lo abbiamo persino fatto sul confine con Israele, e non è successo niente. Ci siamo trovati in mezzo a una manifestazione ma è andato tutto bene. Poi siamo partiti per la crociera sul Nilo e anche qui è filato tutto liscio, ci sono moltissimi pullman che vanno alle Piramidi e il turismo non si è fermato per niente. Adottando le giuste cautele, si può viaggiare tranquillamente». ■ Bianca Raimondi

ALCUNI DEI PROSSIMI VIAGGI

1/8 marzo 2024 nel Sultanato dell'Oman, uno dei paesi più sviluppati della penisola arabica, che può vantare un millenario passato e sta costruendo un armonioso futuro. Oltre la baia di Muscat, si rincorrono paesaggi naturali spettacolari, incastonati tra mare e montagna. Spiagge, oasi, palmeti, canyon selvaggi, ma anche città storiche e suq profumati, vestigia di un antico impero marittimo esteso alle coste africane.

25 marzo/6 aprile 2024 in Giappone, dove nessun'altra stagione è più amata della primavera. Ogni anno, per qualche mese, il ciliegio (sakura) fiorisce e allora città, montagne, parchi, fiumi si coprono di un lieve velo rosato. È l'Hanami, una delle feste più importanti del calendario giapponese. Non c'è miglior periodo per scoprire i mille volti di questo paese.

24/29 aprile 2024 nella Grande Mela, vista con le esaurienti spiegazioni di un giornalista che New York la vive nel profondo da anni. Una settimana per viverla da newyorchesi, per visitarla insolitamente, per assaporarla.



Korakanè Travel
Via Audisio, 18
Bra (CN)
Tel. 0172 244032
www.korakanetravel.com
info@korakanetravel.com

Korakanè Travel nasce nel 2017 e si occupa della creazione di itinerari a corto, medio e lungo raggio, in Italia, Europa e mondo. L'obiettivo è quello di proporre, in gran parte, itinerari insoliti al di fuori dei classici circuiti battuti dal turismo di massa (crociera sul Nilo con la dahabiya e l'archeologo), a tema (la Mancha spagnola del Don Chisciotte) o in funzione di eventi particolari (Sardegna per Sant'Eufisio - 1 maggio). Accanto a questi, vengono ideate anche alcune partenze più "tradizionali". Ogni viaggio è studiato e poi confezionato ad hoc, comunicando in maniera diretta con tutti gli attori della filiera turistica e mettendo a frutto l'esperienza maturata in anni di attività. Il pubblico di riferimento è, quindi, una nicchia di mercato composta da viaggiatori che sono alla ricerca di un viaggio, oltre che esplorativo, esperienziale. In tutti i tour si prediligono hotel in posizione centrale, ristoranti tipici con una grande attenzione all'enogastronomia, guide qualificate e di comprovata esperienza. In aggiunta, Korakanè Travel garantisce sempre la sua presenza con il gruppo per tutta la durata del viaggio.

Comfort e divertimento in Val di Susa

Ilaria Perron Cabus, direttore marketing Gruppo ABC, illustra le irresistibili attrattive che gli alberghi affiliati al Gruppo ABC possono offrire a chi sceglie di passare un'indimenticabile vacanza all'insegna del relax, dello sport e del buon umore

Tra le più suggestive aree del Piemonte, la Val di Susa è ricchissima di opportunità davvero per tutti i gusti e tutte le stagioni. Partendo dall'inverno, con il magnifico Comprensorio Internazionale della Vialattea: chilometri e chilometri di piste che portano "sci ai piedi" dall'Italia alla Francia, legando ben sei paesi differenti e la possibilità, per gli amanti dell'avventura, di trascorrere giornate in Eliski con discese indimenticabili. Arrivando all'estate quando la natura la fa da padrona e gli amanti della bicicletta hanno l'imbarazzo della scelta sui percorsi da visitare: le piste di downhill sono facilmente raggiungibili con gli impianti di risalita, a pochi km da Sauze d'Oulx e Sestriere si trovano le "scalate" del Tour de France, del Giro d'Italia per gli amanti della bici da corsa, e incredibili strade bianche chiuse al traffico per chi utilizza le e-bike. Vi è la possibilità di fare lunghe passeggiate, praticare differenti sport outdoor ed escursioni; c'è il fascino e la storia dei borghi che disseminano la valle, per chi cerca un turismo culturale; ci sono i ricchi e variegati sapori del Piemonte e della montagna, per chi vuole assaggiare le specialità locali; ci sono anche tante possibilità di relax e benessere in questi luoghi dove la natura regna ancora sovrana. Con tali premesse non è un caso che su questo territorio abbia deciso di scommettere il Gruppo ABC, nato negli anni 80 come società operante nel settore turistico-commerciale, dall'intuizione di tre imprenditori, Alessandro Perron Cabus, Bruno Delmonte e Carlo Garutti, che insieme acquistano il primo hotel: il Gran Trun, un piccolo meublè con 12 camere a Sauze d'Oulx. «L'idea del Gruppo ABC è nata tra il paesaggio montano caratteristico dell'Alta Valle di Susa, la neve e la passione per tutto ciò che concer-



ne gli sport invernali - spiega Ilaria Perron Cabus, direttore marketing Gruppo ABC -. Evento cardine per il turismo di questa zona e per la crescita del gruppo sono state senza dubbio le Olimpiadi Invernali di Torino 2006 svolte in gran parte nel comprensorio sciistico della Vialattea, tra Sauze d'Oulx, Sestriere e Cesana, pubblicizzando così la zona e garantendo un flusso turistico maggiore e duraturo anche negli anni successivi». Grazie a un'attenta gestione imprenditoriale, coordinata dai principali pilastri della società, con il prezioso aiuto dello staff, ad oggi l'azienda conta più di 45 appartamenti e 16 hotel, 9 dei quali di proprietà tra Sauze d'Oulx, Sestriere, Breuil-Cervinia e sul Lago Maggiore, a Stresa e Pallanza. «Avvalendoci di figure professionali che hanno arricchito il team, il Gruppo ABC è riuscito a integrare numerose attività commerciali oltre al settore ricettivo, tra cui non solo molteplici ristoranti, ma anche rifugi in quota, bar, scuola sci, vineria, negozi di oggettistica, falegnamerie e infine l'Adventure Village: un parco divertimenti che comprende l'adrenalino Ponte Tibetano ed il diverten-

Il Gruppo ABC ha sede a Sauze d'Oulx (To) www.gruppoabc.it

te Parco Avventura, uno tra i più vasti d'Italia». Grazie alla consolidata esperienza del mercato turistico europeo ed extra europeo, all'attento rapporto qualità prezzo, nonché a una scrupolosa analisi delle strategie tariffarie e di marketing, il gruppo vanta un'elevata percentuale di riempimento delle strutture, sia per quanto riguarda la stagione invernale che per la stagione estiva. «Il desiderio di espanderci su nuovi territori e prendere in considerazione un turismo diverso da quello montano ha portato la nostra azienda alla scelta di acquisire in gestione due hotel sul Lago Maggiore, dando una continuità lavorativa a un buon numero di dipendenti e di diversificare l'offerta turistica, fidelizzando la clientela anche per la stagione estiva in località differenti a quelle pro-

poste durante la stagione invernale». Conseguentemente alla scelta di alternare la stagionalità lavorativa, tra lago e montagna, i pilastri del gruppo ABC, hanno investito sull'apertura annuale dell'Hotel Petit Palais a Breuil-Cervinia, che da ottobre 2023 offre al pubblico la possibilità di poter soggiornare 12 mesi su 12, scelta resa fondamentale grazie alla presenza del ghiacciaio estivo che permette alla clientela di potersi avventurare all'interno del paesaggio montano tutto l'anno. Da quello che è stato un piccolo inizio, grazie da una lungimirante intuizione, la piccola azienda nata a Sauze d'Oulx è riuscita ad allargare i suoi orizzonti nel settore ricettivo e non solo, ed è stata in grado di rivoluzionare il concetto di hotellerie all'interno della Val di Susa. «Per noi vacanza vuole dire: zero stress, staccare la spina, rilassarsi e far solo quello che ci piace. Per questo offriamo ai nostri ospiti la possibilità di affidarsi a noi per tutto, lasciarsi guidare, coccolare, scegliere la struttura che più fa al caso loro. Garantiamo un'ospitalità ideale per ogni stagione. Chi prenota con noi non deve preoccuparsi di nulla. Offriamo servizi a 360 gradi. I nostri hotel offrono la possibilità di noleggiare attrezzatura sportiva adatta alle capacità di ogni ospite, chiedendola direttamente alla reception dell'hotel in cui alloggiavano. Non solo, possono rivolgersi a noi per skipass, team building, cene in quota. Tutti i nostri ospiti durante la stagione invernale hanno la possibilità di acquistare lo skipass direttamente alla reception dei nostri alberghi senza doversi recare alle biglietterie e godendo di particolari sconti dedicati ai clienti ABC. Possono prenotare comodamente dai nostri hotel la lezione di sci. Inoltre, consapevoli dell'irresistibile cucina dei nostri luoghi - che sia un pranzo veloce tra una discesa con gli sci ed un'altra, che sia per un aperitivo sfizioso o una romantica cena in quota con risalita sul gatto delle nevi -, con noi è possibile avere tante soluzioni per accontentare la voglia di buon cibo tipico, tradizionale e preparato con materie prime selezionatissime, grazie a speciali convenzioni per chi alloggia nelle strutture del gruppo. Infine, siamo il partner ideale anche per l'organizzazione di meeting aziendali». ■ CG

SERVIZI AGGIUNTIVI

Tutti gli ospiti che alloggiano nelle strutture del Gruppo ABC hanno la possibilità di avere a la rete free wi-fi a loro disposizione in ogni area degli hotel: una volta registrati, infatti, possono comodamente navigare senza effettuare un secondo login e collegarsi senza ulteriori sforzi allo stesso wi-fi per tutte le attività del Gruppo. Negli hotel ABC gli animali sono ammessi e sono i benvenuti. È solo necessario comunicare la loro presenza, per gestirne al meglio le esigenze. Per rendere il soggiorno ancora più confortevole, viene offerta a tutti gli ospiti la possibilità di lasciare gratuitamente la propria attrezzatura sportiva nelle comode e funzionali ski room, con servizio riscaldamento scarponi incluso.

LA VERA VACANZA

Offriamo ai nostri ospiti la possibilità di affidarsi a noi per tutto, lasciarsi guidare, coccolare, nella struttura che più fa al caso loro





IN VACANZA TUTTO L'ANNO!

Dall'intuizione di tre imprenditori che decisero di acquistare negli anni 80 il piccolo meubl  Gran Trun a Sauze d'Oulx,   nata una realt  in grado di rivoluzionare il concetto di "hotellerie" in Val di Susa. Oggi, il Gruppo ABC conta pi  di 45 appartamenti e 16 hotel, 9 dei quali di propriet  tra Sauze d'Oulx, Sestriere, Breuil-Cervinia e sul Lago Maggiore, a Stresa e Pallanza.

Oltre all'ospitalit , il gruppo si   sfidato in altri segmenti del settore turistico, andando a comprendere negli anni molteplici ristoranti, rifugi in quota, bar, scuola sci, vinerie, negozi di oggettistica, falegnamerie e infine l'Adventure Village: un parco divertimenti che comprende l'adrenalifico Ponte Tibetano ed il divertente Parco Avventura, uno tra i pi  vasti d'Italia.

Una crescita che non si ferma e non si limita alla stagione invernale. Il gruppo ha dapprima acquisito in gestione due hotel sul Lago Maggiore, dando una continuit  lavorativa ad un buon numero di dipendenti e diversificando l'offerta turistica, idonea anche alla stagione estiva. In seguito, ha investito sull'apertura annuale dell'Hotel Petit Palais a Breuil-Cervinia, che da ottobre 2023 offre al pubblico la possibilit  di poter soggiornare 12 mesi su 12: grazie alla presenza del ghiacciaio estivo, la clientela si pu  avventurare all'interno del paesaggio montano tutto l'anno.



Piazza Assietta, 7 - 10050 Sauze d'Oulx (TO) - Tel. 0122-858585

www.gruppoabc.it - info@gruppoabc.it

Vivere il villaggio alpino

Abbiamo incontrato Luigi Aprea, direttore di Fiocco di Neve Relais & Spa, una vera oasi pensata per ricreare una connessione con la natura e per godere attimi di puro relax, nel centro di Limone Piemonte, considerato la perla del Parco Naturale delle Alpi Marittime

Limone Piemonte è da sempre una via di comunicazione privilegiata fra la Riviera Ligure e la Costa Azzurra. In mezzo alla neve e a due passi dal mare, racchiude la sinergia di incontro tra questi due ambienti inconfutabilmente riconosciuti come benefici per la salute dell'uomo. Il clima e la posizione geografica lo rendono una meta rinomata per le vacanze invernali da dedicare allo sci. Offre molteplici itinerari montani, ideali per le passeggiate a piedi, a cavallo o in mountain bike, senza dimenticare le aree attrezzate per gli sport all'aria aperta anche d'estate.

Nel centro di Limone Piemonte sorge Fiocco di Neve Relais & Spa. «Il nostro hotel di charme, unico 5 stelle lusso esistente sulle montagne della regione, recentemente edificato in tipico stile alpino, dispone di 14 elegantissime camere di cui 2 fornitissime suites, arredate con un design alpino dove il legno trasmette le sensazioni di eleganza, relax, serenità e calorosa accoglienza - spiega il direttore Luigi Aprea -. Ogni camera è dedicata a un monte tipico della zona, alcune di queste possono essere privatizzate in un'unica family suite».

L'albergo nasce per offrire una nuova visione dell'ospitalità, fare sentire gli ospiti circondati e avvolti da un'atmosfera calda e accogliente, coccolati per rendere indimenticabile il loro soggiorno. La meticolosa cura dei particolari regala la piacevole sensazione di potersi abbandonare, per respirare e ritrovare sintonia tra anima e corpo nella spa.

«La nostra spa Il Cristallo offre sinergie di percorsi e di trattamenti ispirati agli elementi primordiali che ci legano alla vita e a Madre Terra. Si cura del benessere



LE CAMERE

Arredate con un design alpino in legno, ognuna è dedicata a un monte tipico della zona, alcune possono essere privatizzate in un'unica family suite

di ogni nostro ospite, nella sua unicità e nella propria sfumatura e percezione dello stare bene con se stesso. In questo concept, la nostra spa propone i rituali sensoriali ed emozionali che valorizzano ingredienti ed elementi naturali per prendersi cura, con dolcezza, della pelle».

La spa è fornita di Jacuzzi, bagno turco, sauna finlandese, docce emozionali, pediluvio, cascata cervicale, area relax e sala gym. Oltre al percorso spa, ci sono numerosi trattamenti a disposizione per gli ospiti. A suggellare l'elevato livello alberghiero, viene proposto l'elegante e prestigioso Ristorante White, per un'esperienza enogastronomica coerente con il territorio.

«La cucina è il cuore pulsante del relais,

qui nascono piatti deliziosi e genuini preparati con ingredienti locali. L'elegantissimo White Restaurant & Lounge Bar è la cornice ideale per vivere un'esperienza enogastronomica a tutto tondo in cui tradizione italiana e il territorio si fondono in raffinati abbinamenti, ricercati e ricchi di contrasti».

La sala colazione Terrasole, che prende il nome dal lago Terrasole ubicato a pochi chilometri dal centro, offre un ricco americano buffet: uno stuzzicante viaggio dal salato al dolce, con confetture di piccoli produttori locali, pani, torte da credenza di produzione propria, formaggi piemontesi.

Fiocco di Neve Relais & Spa si trova a Limone Piemonte - www.fioccodineverelais.com

«Il nostro forte impegno verso la sostenibilità ci ha portato a offrire ai clienti un articolato progetto ecologico che include una stazione di e-charge interna, la scelta di materiali naturali come legno e tessuti e un utilizzo minimo o nullo delle plastiche, la rinuncia a prodotti chimici per il lavaggio, il ricorso a materie prime a km zero nel nostro ristorante, e altro. Queste scelte consentono inoltre di vivere in modo più intenso il rapporto con l'ambiente naturale circostante, senza mai rinunciare ai comfort di una struttura di lusso. Ospitiamo prevalentemente una clientela internazionale, ma stiamo lavorando anche per coltivare il mercato italiano con offerte e pacchetti dedicati».

La posizione di Limone Piemonte fa sì che molti ospiti della struttura provengano dal Principato di Monaco. «Oggi il turismo di alta fascia cerca legami forti con il territorio e le sue peculiarità, Al Fiocco di Neve cerchiamo di agevolare questa tendenza offrendo ambienti ricchi di rimandi alla montagna e alla natura, collaborando con le guide locali per far conoscere le meraviglie naturalistiche del luogo, proponendo piatti tipici della cucina alpina piemontese accanto all'offerta gourmet». Fiocco di Neve Relais & Spa rappresenta l'ideale rifugio per trascorrere lussuose vacanze e per fare attività outdoor sulle splendide Alpi Marittime: lo sci invernale sugli oltre 80 km di piste della Riserva Bianca, le passeggiate estive sugli stessi sentieri, la Mtb sulla famosa Alta Via del Sale e nella Valle delle Meraviglie. Il garage coperto e custodito, come il servizio navetta gratuito per gli impianti di risalita e la calda ospitalità italiana, rendono il soggiorno al Fiocco di Neve Relais & Spa un'indimenticabile "italian experience".

■ **Cristiana Golfarelli**

SCOPRIRE LIMONE PIEMONTE

Limone Piemonte è da oltre un secolo una meta turistica apprezzata e frequentata per la bellezza del suo paesaggio e le numerose opportunità di attività all'aperto, ed è una delle pochissime stazioni alpine servite direttamente da una linea ferroviaria. Per il turismo invernale, offre un comprensorio sciistico con circa 90 km di piste servite da 16 impianti di risalita, mentre in estate, oltre a proporsi per le numerose possibilità di escursioni nel Parco Naturale delle Alpi Marittime e nel Parque National du Mercantour è considerato il punto di partenza dell'Alta Via del Sale, ex strada militare di 90 km (di cui circa il 50 per cento strada bianca) che lo collega al Mar Ligure di Sanremo e Ventimiglia. Tale strada è suggerita per un'indimenticabile esperienza a bordo di un mezzo motorizzato fuoristrada (quad, moto, 4x4) o in bicicletta, sia muscolare che elettrica.



Parola d'ordine: attenzione al dettaglio

La migliore abilità di Matteo Troiani, titolare di Be in Italy, è la capacità di capire le esigenze di ogni cliente e personalizzare ogni particolare intorno ad esse, proponendo esperienze straordinarie in tutto il territorio nazionale

Non per tutti il periodo del lockdown è stato inattivo e infruttuoso. C'è chi, con elasticità e versatilità, ha fatto di necessità virtù e ha cercato di impiegare al meglio il proprio tempo: Matteo Troiani è tra questi. Da vent'anni lavora nel campo del turismo, in particolare è specializzato nell'accoglienza dei turisti provenienti dal Nord America, Stati Uniti e Canada. «Nel 2020 il tempo si è improvvisamente fermato e ho avuto la possibilità di rendermi conto che, dopo aver trascorso 20 anni lavorando come tour leader per gruppi che viaggiavano in Italia ed Europa, era giunto il momento di andare avanti nella mia carriera - racconta -. E così, mentre il turismo era fermo, la mia mente si è mossa fervidamente e insieme alla mia compagna Ivana Pajevic abbiamo deciso di dare vita a Be in Italy, che formalmente è nata nel 2021, in un periodo che ha indotto gli addetti del settore incoming a una forte riflessione sulle tematiche legate al loro ambiente lavorativo».

Con quale obiettivo è nata Be in Italy?

«Quello di offrire all'utenza un prodotto che sta andando a perdersi: un lavoro fatto su misura per il cliente, cosa molto difficile da trovare perché molti tour operator non conoscono l'aspetto logistico dall'Italia e altri invece propongono viaggi molto dozzinali. Noi abbiamo creato un prodotto su misura per il cliente, ad hoc per le sue esigenze. Fondamentale è il contributo di Ivana che, oltre ad essere la mia compagna, è il mio bracc-



LA PREROGATIVA

Volevo offrire all'utenza un prodotto che sta andando a perdersi: quello del lavoro fatto su misura per il cliente, ad hoc per le sue esigenze

cio destro. Quando viene progettato un tour o un evento, riesce da sempre a conferirgli quel tocco speciale che lo rende unico. La sua esperienza le permette di pianificare eventi memorabili e di occuparsi dell'hospitality in generale con un'attenzione introspettiva e dettagliata».

Che significato ha il nome che avete scelto per la vostra attività?

«Il verbo "Be", ovvero "essere", apre a una profonda riflessione sul nuovo turismo. Il ter-

mine "esperienza" diventa fondamentale: prima il turismo si concentrava soprattutto sul "vedere", ora invece punta di più al "vivere". Ecco perché questo progetto, nato per far conoscere l'Italia all'estero, pone ora al centro dell'attenzione le Marche, una regione che permette al turista di vivere un'esperienza vera, che coinvolge i cinque sensi».

Che cosa vi ha affascinato delle Marche?

«Questa regione è diversa dalle altre, è ri-

Matteo Troiani e Ivana Pajevic, titolari della Be in Italy di Ascoli Piceno - www.beinitaly.com



masta genuina e legata alle tradizioni. Infatti, è una delle poche regioni italiane che non ha subito l'impatto del turismo di massa degli ultimi anni, ed è piena di sorprese dietro ad ogni angolo, che aspettano solo di essere rivelate. Le Marche però sono tanto belle quanto "complicate": senza l'aiuto di specialisti del posto sarebbe difficile ottimizzare i tempi e vivere l'autenticità di questo bellissimo territorio. È una regione che permette di conoscere un'Italia vera, non adeguata al turista, dove bensì è il turista che si deve adeguare all'Italia».

Quali servizi offrite?

«Con un occhio più attento alla regione Marche, dove l'azienda ha sede, Be in Italy offre servizi di altissima gamma in tutta Italia, grazie alla collaborazione con partner di eccellenza: da guide turistiche con esperienza decennale e preparazione ai massimi livelli a società di trasporti con standard e mezzi di alta fascia, o ristoranti e chef di fama nazionale e non solo, chi viaggia con Be in Italy è sempre al centro di esperienze di altissimo livello e può usufruire di un servizio di concierge che sembra sempre più difficile da trovare. Non usiamo strumenti di intelligenza artificiale perché verrebbe meno l'essenza dell'essere, il rapporto umano. Ho per anni sognato di poter regalare ai miei clienti un tipo di esperienza e di accoglienza che vada oltre le semplici prenotazioni di hotel, musei e servizi vari. L'idea è quella di offrire un servizio a 360 gradi che metta al centro dell'attenzione il cliente. Una combinazione di servizi legati al mondo del turismo di lusso, ma in chiave più umana rispetto ai numerosi siti e con grande attenzione alle esigenze della singola persona. Ci rivolgiamo a una fascia molto alta sia per quel che riguarda il turismo che gli eventi aziendali. Negli anni, abbiamo inoltre allargato il nostro expertise anche fuori dai confini italiani, andando a coprire altre destinazioni come Portogallo, Francia, Grecia e Croazia».

Quali sono i vostri punti di forza?

«Sin dal primo momento, e dal primo cliente (un personaggio americano peraltro discretamente famoso, di cui per attenzione alla privacy non rivelo l'identità), lavoriamo su un concetto fondamentale: l'ascolto. Il cliente viene ascoltato sotto ogni punto di vista: abitudini e stile di vita, aspettative, desideri, sogni e molto altro. Inizia quindi un percorso dedicato interamente al turismo incoming: un progetto ambizioso e ricco di soddisfazioni, con sempre più clienti impressionati dalla qualità che insieme al team di Be in Italy offriamo loro. Organizzando esperienze autentiche e stress-free, in cui nessun dettaglio è lasciato al caso, il nostro cliente si sente più un viaggiatore che un turista. Per la nostra azienda ogni nuovo impegno è l'inizio di un viaggio nuovo e diverso. Ogni giorno lavoriamo solertemente per garantire ai nostri clienti la migliore esperienza, rendendola unica e indimenticabile in ogni dettaglio».

■ Bianca Raimondi

COSA CERCANO I TURISTI STRANIERI IN ITALIA

I turisti arrivano in Italia con obiettivi diversi rispetto a un tempo: le mete preferite dai visitatori nordamericani non sono solo le città d'arte, che sono ormai spesso affollate e caotiche, ma le realtà più piccole, dove si può vivere un'esperienza autentica. Il visitatore cerca un contatto più diretto con la natura, e quindi preferisce un soggiorno silenzioso e tranquillo.

«Sono turisti che conoscono già l'Italia - spiega Troiani -. Si affidano a noi persone molto facoltose, che hanno una vita molto impegnata che non permette loro di pianificare i viaggi e che cercano un'esperienza che vada oltre il lusso. Il nostro personale dedicato è in grado di coccolarle e venire incontro alle loro esigenze con discrezione, provvedendo l'attenzione richiesta nel settore del lusso».



**IL PARCO DIVERTIMENTI
DEL CINEMA**



CINECITTA
World

**40 ATTRAZIONI, 7 AREE A TEMA,
6 SPETTACOLI AL GIORNO, 1 PARCO ACQUATICO,
EVENTI, ANTEPRIME E FILM!**

WWW.CINECITTAWORLD.IT
ROMA



ROMA
World

VIVI UN GIORNO DA ANTICO ROMANO

SCOPRI IL NUOVO PARCO DI CINECITTA' WORLD DEDICATO ALL' ANTICA ROMA

WWW.ROMAWORLD.COM

Roma è sempre una buona idea

Differenziarsi sul mercato della ricettività significa anche saper costruire un'offerta tagliata su misura del cliente. L'Argentina Residenza Style Hotel ha fatto di questo principio un vero mantra, offrendo ai suoi ospiti un'esperienza unica di soggiorno nella Capitale

Una serenata in camera con tanto di violino per fare una proposta di matrimonio. Petali di rosa sul letto e composizioni floreali per rendere l'atmosfera indimenticabile. La permanenza all'Argentina Residenza Style Hotel, per gli ospiti, è più di un semplice soggiorno, può infatti trasformarsi in una esperienza unica e cucita su misura sulle esigenze e necessità del cliente. A raccontare la cura per i dettagli non solo strutturali ma soprattutto dedicati all'accoglienza è Patricia Natale che insieme al marito ha realizzato un hotel esclusivo in uno dei luoghi più ricchi di fascino d'Italia, Roma. «L'albergo nasce, e continua ad essere, a conduzione familiare e riesce a mantenere il suo appeal malgrado la presenza di catene di alberghi di lusso, in una città come Roma, meta ancora affascinante ma poco valorizzata - spiega la titolare -. La nostra struttura offre un'esperienza non standardizzata, in cui è possibile vivere ancora la genuinità dell'ospitalità di un tempo». L'Argentina Residenza Style Hotel è un hotel a 4 stelle, situato nel centro storico della capitale, di fronte a uno dei luoghi più antichi della città, le rovine di Largo di Torre Argentina. È un albergo a conduzione familiare che vuole offrire un servizio puntuale e cordiale per far vivere ai propri clienti un'esperienza da veri locali. Essendo ospitato all'interno di un edificio risalente al 1600, originariamente un monastero, le camere, nonché gli spazi comuni, sono caratterizzati da soffitti lignei a cassettoni e affreschi, riportati alla luce grazie ai gestori, che hanno saputo combinare l'antico con il moderno per regalare un soggiorno speciale rispettando i comfort della società di oggi.

«L'hotel nasce in un ex monastero ristrutturato in chiave attuale ma senza perdere i tratti identitari architettonici e storici - precisa Patricia Natale -. Io e mio marito abbiamo deciso di rilevare questa struttura quindici anni fa avviando la ristrutturazione di tutte le camere. Tutte oggi sono completamente diverse l'una dall'altra: alcune affrescate, altre in mattoncini, altre ancora con i soffitti in legno. Abbiamo cercato di mantenere inalterati i tratti caratteristici della struttura tirandoli fuori al meglio. Ad esempio, abbiamo scoperto che al di sotto della pittura delle pareti di alcune camere vi erano affreschi che abbiamo recuperato. È



“OSSESSIONE” PER L’OSPITE

Creiamo per i nostri clienti percorsi personalizzati. Siamo sempre pronti a soddisfare qualsiasi loro esigenza, l'ospitalità rappresenta il nostro vero punto di forza

stato un lavoro abbastanza impegnativo ma che ha portato i suoi frutti. Dal canto mio, posso dire che ci sono stati gli studi compiuti in una scuola di restauro quando ero giovane e la mia esperienza di arredatrice d'interni: questo know how mi ha aiutato nella ristrutturazione dell'hotel che è stata fatta veramente “col bisturi”, pezzettino dopo pezzettino. La paziente dedizione e la passione per i dettagli ci hanno permesso di riportare alla luce le affascinanti componenti antiche che oggi si incontrano con un design made in Italy, senza trascurare la sostenibilità». Il risultato è un'atmosfera unica, frutto del connubio tra modernità ed elementi architettonici originali del monastero seicentesco.

Ma la vera “ossessione” di Patricia e il suo team è l'accoglienza. «Creiamo per i nostri clienti percorsi personalizzati. Siamo sempre pronti a soddisfare qualsiasi loro esigenza, l'ospitalità rappre-

senta il nostro vero punto di forza. Cerchiamo di accontentare ogni richiesta, anche quelle più particolari. Ad esempio, circa quindici giorni fa per un cliente abbiamo creato un percorso dedicato ad un determinato periodo storico. Siamo molto attenti alle aspettative dei nostri ospiti e cerchiamo di accontentarli al meglio, del resto, oggi sono molto preparati e ar-

rivano da noi con le idee già ben chiare. Un'ampia fetta del nostro target è rappresentata dalla categoria business di alta fascia per via della nostra collocazione nel centro storico. Rispondiamo alle loro esigenze anche con la nostra sala polifunzionale che permette a chi ne faccia richiesta di organizzare corsi, conferenze, eventi, coffee break, servizi fotografici, meeting aziendali, aperitivi, degustazione di vini e champagne dalla pregiata collezione».

■ Luana Costa

Argentina Residenza Style Hotel si trova a Roma
www.argentinastylehotel.com





ARGENTINA RESIDENZA

Style Hotel ☆☆☆☆



NEL CUORE DELLA CAPITALE

All'Argentina Residenza Style Hotel si ha l'impressione di entrare in un luogo dotato di un'anima. Gestito da una famiglia di albergatori per cui l'ospitalità è davvero tutto, dispone di comode camere che si differenziano per dimensione, tipo di arredo e per gli elementi architettonici che le contraddistinguono.

Il Sà Cafè è il luogo ideale per vivere diversamente un momento quotidiano, come l'aperitivo (dalle 17:00 alle 20:00), oppure eventi privati, come un brunch di lavoro, un'occasione speciale, o su richiesta cene dalle 10 alle 30 persone.

L'obiettivo è offrire al cliente un'ospitalità personalizzata che prevede, oltre ai classici servizi tipici di un hotel a quattro stelle, anche degli extra, come il noleggio di bici elettriche che rappresentano un modo divertente e caratteristico per visitare la città o, ancora, i tour per scoprirne i segreti, attraverso una guida esperta che consente di vivere un'esperienza autentica all'insegna della romanità.

ARGENTINA RESIDENZA STYLE HOTEL
VIA DI TORRE ARGENTINA, 47 - 00186 ROMA - TEL. 0668809533 - INFO@ARGENTINASTYLEHOTEL.COM

www.argentinastylehotel.com

La calda accoglienza di un lusso familiare

Una struttura elegante, curata nei minimi particolari, dove l'ospitalità rimane la parola d'ordine, al fine di offrire agli ospiti un soggiorno unico e indimenticabile. Valeria Roani ci illustra il Relais Metelli, recentemente ristrutturato unendo il fascino dell'antico all'eleganza del nuovo

In mezzo alla Valle Umbra, lungo l'antica Via Flaminia, sorge la splendida Foligno, conosciuta anche come "centro del mondo". Secondo un'antica tradizione, infatti, questa città era situata proprio al centro del mondo conosciuto fino ad allora e si identificava nel "tribbio", ovvero l'incrocio delle più importanti vie cittadine. Quello che più colpisce chi la visita per la prima volta sono senza dubbio le bellezze naturalistiche: le dolci colline verdeggianti che l'abbracciano si colorano di ulivi e vigneti, rendendola meta imprescindibile per chi ama la buona cucina e il vino.

E non c'è posto migliore per vivere appieno queste esperienze se non soggiornando al Relais Metelli, un'incantevole struttura che coniuga l'eleganza moderna con il fascino dell'Umbria.

Ubicata in una palazzina liberty dei primi del 900, la struttura è la combinazione perfetta di stile, raffinatezza, comfort e privacy. «I lavori di ristrutturazione - spiega la



responsabile Valeria Roani - hanno mantenuto intatto il fascino e lo stile liberty che la contraddistinguono; è una location unica, un edificio signorile risalente al 1927, che da un lato rispetta la tradizione del luogo e al tempo stesso la reinterpreta. Abbiamo effettuato un'importante operazione di recupero architettonico e strutturale, condotto nel pieno rispetto dei dettami delle Belle Arti e senza impatto sul contesto circostante. Si sono cercate le soluzioni di arredo più adatte alle nuove architetture, in sintonia con la facciata del palazzo. Il risultato è stato un design moderno che si sposa magnificamente con alcuni aspetti più tradizionali e autentici. Sono state realizzate 11 camere (executive, deluxe, suite), tutte differenti tra loro, arredate con finissime carte da parati, mobili design e letti dotati dei migliori materassi. Un unico filo conduttore: l'incredibile comfort percepito dall'ospite».

Le suite dell'hotel sono pensate per tra-

Relais Metelli ha sede a Foligno

www.relaismetelli.com

smettere un'atmosfera di riservatezza ed eleganza grazie all'essenzialità dei materiali naturali, alle finiture di pregio e alle decorazioni sui rivestimenti a parete. Ogni camera ha una sua identità e si differenzia dalle altre per disposizione, arredamento e stile generale: ciò permette agli ospiti che apprezzano una stanza particolare di riconoscerla e poterci soggiornare nuovamente su richiesta. «Afferzarsi ad una stanza e potervi ritornare permette ai clienti di

ritrovare una sicurezza e familiarità anche lontano da casa propria» sottolinea la responsabile.

La filosofia del Relais e di tutto il personale si basa sul concetto di "home away from home", una casa lontano da casa, un luogo familiare e accogliente, dotato di tutti i comfort e assistenza costante per soddisfare ogni esigenza.

Meta di numerosissimi turisti nazionali e internazionali per tutto l'arco dell'anno, a Foligno mancava una struttura ricettiva che facesse sentire al turista quella coccola, quell'attenzione in più che lo mettesse al centro di un'esperienza soddisfacente sotto tutti gli aspetti, a partire dalla location. E a questo proposito il Relais Metelli occupa una posizione strategica unica, tra la stazione e il centro di Foligno.

«All'arrivo, l'ospite si sente da subito in una grande famiglia, piena di attenzioni, mai invadente, ma sempre attenta a soddisfare tutte le esigenze. L'accoglienza dei clienti non si dovrebbe limitare, come spesso succede in molte strutture, al semplice front office del ricevimento, ma dovrebbe abbracciare un concetto molto più esteso. Il turista ama poter ritrovare il comfort e la familiarità della propria casa, senza però dover rinunciare all'unicità di spazi nuovi. Il nostro fiore all'occhiello è proprio l'ospitalità: tutto è organizzato in modo da far sentire i nostri ospiti avvolti da un lusso familiare, mai eccessivo e mai troppo invadente. L'ospite si sente avvolto dalla calda accoglienza che gli offriamo. Crediamo infatti che i rapporti umani non possano essere sostituiti dalla tecnologia e che il valore aggiunto dell'ospitalità stia proprio nella preservazione dell'identità delle strutture, con un occhio di riguardo alle dimore storiche, in netta contrapposizione con l'odierna tendenza alla standardizzazione e spersonalizzazione degli hotel, sempre più simili l'uno con l'altro e che non lasciano così nulla di sé agli ospiti». Relais Metelli è pet friendly, accoglie cani di piccola e media taglia. Nel weekend e nei periodi estivi la clientela è soprattutto estera mentre durante l'anno, dal lunedì al venerdì la clientela è più business, legata alle grandi aziende di Foligno. ■ CG



IL VALORE AGGIUNTO DELL'OSPITALITÀ

Preservare l'identità delle strutture, con un occhio di riguardo alle dimore storiche, in netta contrapposizione con l'odierna tendenza alla standardizzazione e spersonalizzazione degli hotel

UNA POSIZIONE STRATEGICA

Grazie alla sua posizione strategica, Foligno è meta molto ambita, da qui si raggiungono i paesi più belli dell'Umbria. Il Relais Metelli si trova a due passi del centro città e dalla stazione, ed è la destinazione perfetta per chi ama avere tutto a portata di mano. La struttura mette a disposizione dei propri ospiti un parcheggio auto privato e alcune biciclette per poter visitare il centro di Foligno in tutta comodità. A pochi metri sarà possibile raggiungere la stazione ferroviaria, il "Campo de li giochi", luogo di svolgimento della Giostra della Quintana, una delle manifestazioni più rappresentative di Foligno, Porta Romana e il Corso Cavour, principale via del Centro storico ricca di boutique, bar e ristoranti.

Un'oasi nel basso Adriatico

In Molise, il Residence Villaggio Diomedea è una struttura elegante, curata nei minimi particolari, dove l'ospitalità rimane la parola d'ordine al fine di offrire ai propri ospiti un soggiorno indimenticabile. Ci accoglie il titolare, Antonio Cardillo

A soli pochi passi dalla Puglia e dall'Abruzzo, il Molise, oltre ad essere lambito da acque cristalline e circondato da vaste spiagge bianche completamente attrezzate, è ricco di storia, cultura e ottimo cibo. Eppure molti italiani sono ancora inconsapevoli di quello che questa bellissima terra può offrire. In particolare, il paese vecchio di Termoli e quello di Campomarino, con i suoi affascinanti murales, sono i fiori all'occhiello della regione. A 2 km da Campomarino sorge il multifunzionale Residence e Villaggio Diomedea la cui direzione è abilmente condotta da Antonio Cardillo e la collaboratrice Teresa che, grazie anche alla pluriennale esperienza, fanno sentire gli ospiti a loro agio come se fossero a casa propria.

«Situato direttamente sul mare, in una zona ancora incontaminata, circondato da spiagge libere, uliveti e vigneti, il Residence Villaggio Diomedea è il luogo ideale per chi vuole trascorrere una vacanza tranquilla lontano dai rumori, inquinamento e traffico - spiega il titolare Antonio Cardillo -. Il mare cristallino, che anche quest'anno si è riconfermato Bandiera Blu per i suoi servizi efficienti e per la qualità dell'acqua, i fondali bassi, la sabbia fine e la fresca ombra di una fantastica pineta fanno tutto il resto. Defilato dal centro città di Campomarino, dal quale dista 2 km, Diomedea è il luogo ideale per famiglie con bambini. Il fatto che l'accesso alla spiaggia sia di-



retto, senza l'attraversamento di strade, lo rende estremamente sicuro, facilitando il soggiorno dei bambini più piccoli i quali possono liberamente andare dall'abitazione alla spiaggia senza correre nessun pericolo».

Come si sa, quando si va in un villaggio turistico con bambini e ragazzi, l'animazione diventa fondamentale per permettere il relax dei genitori mentre ai più piccoli è consentito praticare sport e attività in sicurezza e divertimento.

«Al Diomedea il piacere di grandi e piccini è assicurato da figure professionali che

Diomedea Residence Village ha sede a Campomarino Lido (Cb)
www.diomedevillage.com

si occupano di organizzare tornei, giochi, feste e spettacoli musicali. Lo staff di animazione, instancabile, professionale e sempre sorridente, programma ogni giorno molteplici e stimolanti attività ricreative per bambini, ragazzi e adulti, in spiaggia, in villaggio o in piscina: dai tornei sportivi agli spettacoli e molto altro ancora per rendere più allegre le giornate dei nostri ospiti, senza però risultare invadente». Alcuni, non avendole mai provate, pensano che la vacanza all'interno di un villaggio possa trasformarsi in routine e annoiare dopo qualche giorno. In realtà, la vita di un villaggio vacanze è sempre molto coinvolgente e può essere animata anche da entusiasmanti escursioni. «Oltre al relax e al divertimento in loco, la vacanza nel nostro villaggio permette di conoscere la storia e la cultura del luogo, grazie ad escursioni organizzate, con spostamenti gestiti direttamente dalla nostra struttura, come le gite guidate alle isole Tremiti, con partenza diretta dal villaggio, per visitare l'arcipelago delle Diomedee con particolare attenzione all'Isola di San Nicola e alle sue bellezze. Inoltre, si può organizzare un'emozionante e adrenalinica passeggiata nel letto del fiume Carpino fino ad arrivare alla cascata Schioppo. Il tutto in compagnia di un'esperta guida Gae».

Il villaggio permette di soggiornare in 30 villette in muratura che ospita un massimo di quattro persone (costruzioni di 35 mq, composte da due camere da letto separate, soggiorno abitabile con angolo

cottura, Tv, bagno con doccia, wc e lavandino, bidet, aria condizionata) con veranda esterna di 7,5 mq, coperta e attrezzata con tavolo e sedie. Parcheggio auto riservato. Ombrellone, sdraio e lettini legati alla numerazione dell'abitazione, wi-fi in aree comuni.

Sono disponibili inoltre 22 case mobili per un massimo di quattro persone cad. (prefabbricati climatizzati di 39 mq, composti da due camere da letto separate, soggiorno abitabile con angolo cottura e Tv. Doppi servizi composti da doccia, lavandino e wc. Veranda di 12 mq attrezzata con tavolo e sedie). Posto auto riservato, ombrellone sdraio e lettino legati al numero dell'abitazione, wi-fi in aree comuni.

Il Villaggio Diomedea sta diventando



sempre più green, da poco sono stati infatti ultimati i lavori per il solare termico e si sta progettando l'impianto fotovoltaico.

«La vacanza nella nostra struttura consente di soddisfare ogni genere di esigenza: famiglie con bambini piccoli, compagnie di amici poiché all'interno del villaggio non manca veramente niente. Non ci si annoia mai ed è tutto a disposizione per un soggiorno confortevole e indimenticabile. Rappresenta una scelta ideale per chi è in cerca di una vacanza che riesca a unire il vantaggio del pagare un prezzo conveniente alla praticità di numerosi comfort. Questo tipo di vacanza consente di staccare la spina dal logorio della vita quotidiana: una volta arrivati in struttura non si dovrà pensare a niente. Relax e divertimento saranno le uniche preoccupazioni durante l'intero soggiorno. Il villaggio dista a due passi dalla spiaggia e dalle coste più belle di tutta la penisola, non c'è bisogno di auto né di lunghi spostamenti».

■ **Beatrice Guarnieri**

UN VILLAGGIO PER TUTTI

Ospitiamo famiglie con bambini piccoli, coppie in cerca di intimità e relax, compagnie di amici e anche chi viaggia da solo, poiché all'interno del villaggio non manca veramente niente



Nel centro di Assisi

Accoglienza, comfort, posizione eccellente sono i punti di forza dell'Hotel Il Palazzo, situato nel cuore della città. Una struttura elegante, curata nei minimi particolari, dove l'ospitalità è garanzia di un soggiorno unico e indimenticabile. Ne parliamo con Julian Preziotti

Arrivando ad Assisi si ha quasi l'impressione di trovarsi a Gerusalemme, città con la quale, non a caso, è gemellata. Da lontano si scorge una rocca e sopra si dispiega una delle vedute architettoniche più belle e preziose d'Italia. Entrando in città la basilica domina lo sguardo e tutta l'atmosfera medioevale sospesa nel tempo.

Assisi è l'essenza del Medioevo, come si riflette nella sua struttura urbanistica, con vie ripide e tortuose. Il grande centro storico, posizionato alle pendici del Monte Subasio, è un susseguirsi di vicoli, case in pietra, chiese, torri e mura di cinta. Oltre ai monumenti, che sono molteplici, la bellezza di Assisi si trova in ogni angolo e metro del suo centro storico; visitarla è un vero viaggio nel tempo.

Quasi a metà strada tra la Basilica di San Francesco e Piazza del Comune, immerso nel ricco patrimonio culturale e artistico di Assisi, sorge l'Hotel Il Palazzo. Incastonato in una prestigiosa struttura storica che risale al XVI secolo, Palazzo Bartocci Fontana, Il Palazzo, completamen-



Hotel Il Palazzo si trova ad Assisi
www.hotelilpalazzo.it

te ristrutturato, è stato inaugurato il 20 ottobre 2017. Rappresenta un perfetto connubio tra l'eleganza dell'edificio storico e la modernità dei propri arredi raffinati.

«Questo edificio, intriso di storia e di fa-

scino, racconta i secoli passati e offre un'esperienza autentica ai nostri ospiti - spiega il direttore Julian Preziotti -. È situato nell'ala sinistra di Palazzo Bindangoli Bartocci, costruito nel 500 su progetto di Giulio Danti. Il palazzo, tuttora abitato dai discendenti, conserva al primo piano il salone centrale con telari a soggetto mitologico di Antonio Nesi e il soffitto, come quello delle sale adiacenti, è stato dipinto a tempera nel 1700. L'edificio sorge su fondamenta di botteghe, locande e fondachi duecenteschi». Grazie alla posizione privilegiata, a pochi passi dai monumenti e dalle attrazioni più famose di Assisi, i clienti dell'Hotel Il Palazzo possono facilmente esplorare la magnifica Basilica di San Francesco, il Duomo di San Rufino, la suggestiva Rocca Maggiore e molti altri luoghi di interesse, immersi nell'atmosfera unica e incantata del centro storico. Una location davvero suggestiva, perfetta per un soggiorno in una città ricca di storia e cultura.

L'hotel presenta camere finemente arredate, dal design moderno e dall'atmosfera

confortevole e rilassante. Alcune hanno una magnifica vista sulla vallata di Assisi e la suite vanta un soffitto affresco mozzafiato. Dalle camere in facciata del secondo piano si gode lo splendido panorama della valle Spoletana, incorniciata dai colli di Bettona e Perugia; in lontananza lo sguardo spazia fino al Monte Amiata in Toscana. Al centro della valle domina la cupola di S. Maria degli Angeli. Dal terzo piano, si può inoltre godere della vista sui tetti e sulla Valle dell'Umbria. «Tutte le camere sono luminose, dotate di bagno privato e dispongono di aria condizionata, riscaldamento autonomo, TV a schermo piatto con canali satellitari, connessione wifi, minibar, cassetta di sicurezza e telefono - spiega Preziotti -. Si può scegliere tra tre tipologie di stanze: le Camere Standard, arredate elegantemente, con gusto, combinando elementi moderni e tradizionali. Gli interni raffinati e le finiture curate creano un'atmosfera piacevole e rilassante.

Le Suite offrono ampi spazi per godere del soggiorno in totale comfort. Lasciano a disposizione una zona living separata, perfetta per intrattenere gli ospiti o semplicemente per rilassarsi in un ambiente più intimo.

Le Camere Superior, infine, sono progettate per soddisfare le esigenze più variegate. Hanno uno spazio ben organizzato, ideale sia per i viaggiatori d'affari che per le coppie in vacanza. Un'atmosfera unica che richiama quella di una tradizionale pensione, senza rinunciare a un tocco di modernità».

Fiore all'occhiello dell'albergo è la sala colazione: presenta soffitti a volta e muri in pietra originali, valorizzati da illuminazione e arredi moderni. Dalle 7 di mattina gli ospiti possono iniziare la giornata con il ricco buffet della prima colazione, che propone una vasta selezione di prodotti tipici e genuini, pasticceria sempre fresca. È inoltre possibile richiedere prodotti per intolleranze al glutine o al lattosio. Il bar/lounge in loco è perfetto anche per fermarsi a bere un drink, mentre il bar/caffetteria è l'ideale per mangiare un boccone quando la fame si fa sentire. «L'accoglienza e l'attenzione alle esigenze delle famiglie sono la nostra priorità, cercando di mantenere un giusto equilibrio tra professionalità e familiarità. L'hotel dispone infatti anche di due camere family, entrambe con vista, e dotate di tutti i comfort per le famiglie. La posizione ottimale rende l'hotel il Palazzo molto comodo per gli spostamenti col passeggino senza particolari ostacoli o gradini per raggiungere le principali chiese e luoghi di interesse culturale». Della stessa proprietà è anche l'Hotel Sorella Luna, che vanta una terrazza con solarium, adornata da fiori e piante, con tavoli e sedie per godersi ottimi drink a completa disposizione degli ospiti.

■ BG



LÀ DOVE IL TEMPO SI È FERMATO

Assisi da secoli è un'importante destinazione di pellegrinaggio, poiché è la città natale di San Francesco, uno dei Santi Patroni del nostro Paese. Da molti anni è tradizione che una regione venga ad Assisi ad offrire "il suo olio" per San Francesco. Le solenni cerimonie liturgiche si svolgono nelle Basiliche di S. Maria degli Angeli e di S. Francesco. Alle manifestazioni civili intervengono il rappresentante del governo italiano e le massime autorità regionali, provinciali e comunali, in base a un turno prestabilito. Le manifestazioni collaterali comprendono spettacoli di danze e canti popolari. Camminando per le sue strade, si possono visitare meravigliose chiese, ricche di spiritualità e veri e propri tesori architettonici.



BOUTIQUE

EXCLUSIVE B&B

PIAZZA DUOMO TRENTO



Why dream it if you can live it?

Un esclusivo B&B in un'antica torre medievale a due passi dal Duomo.

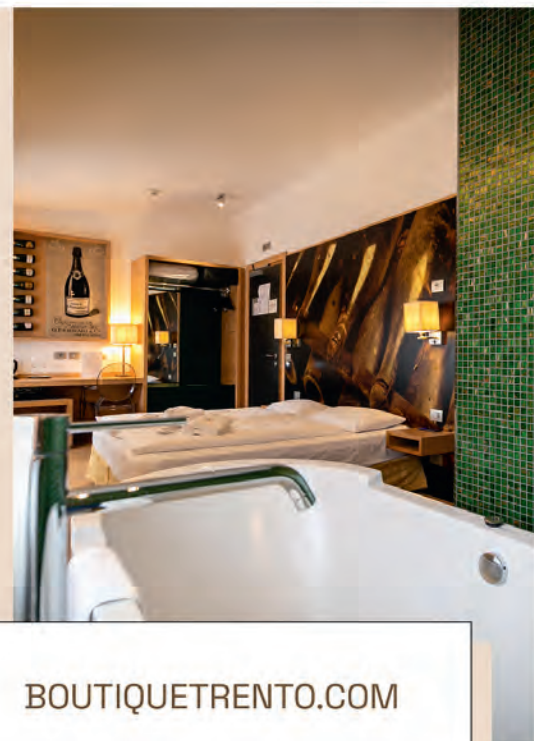
Vista mozzafiato, **storia** millenaria, **comfort** moderno.

Uno **charme unico** che conquista a prima vista.

Highlight: uno splendido pozzo di una domus romana originale.

STAY. EXPLORE TRENTO. RETURN.

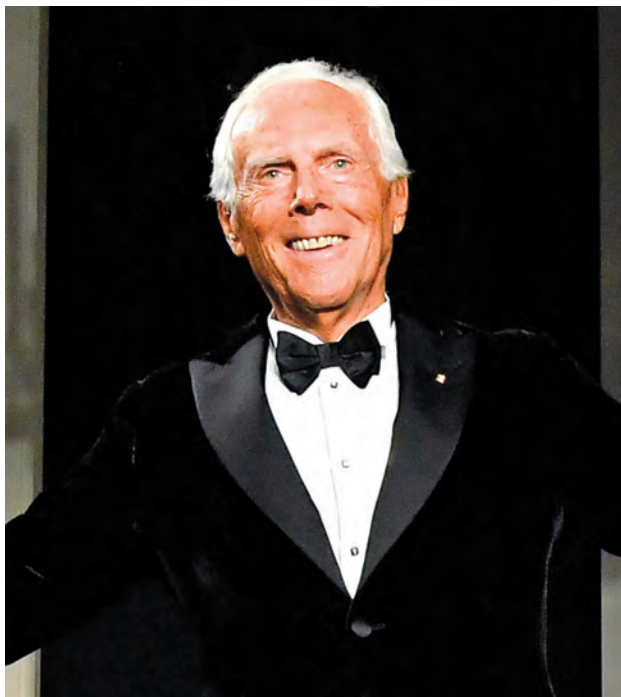
Nel cuore pulsante della città. E proximante nei vostri cuori.



BOUTIQUETRENTO.COM

Il genio della bellezza

Non ho conosciuto Giorgio Armani: mi è apparso. E come in tutte le apparizioni fu un lampo di luce che spaccò l'oscurità. Lo racconto. Non si può del resto presentare un genio limitandosi alla biografia. Come per Pelè, Maradona e Messi a illuminarci è stata un'invenzione impensabile così in ogni ambito dell'arte è lo stupore. La folgore di Armani mi penetrò occhi, cuore e viscere nel marzo del 1995. Vidi le modelle danzare e riempire la sala di poesia con addosso vestiti di semplicità quotidiana. Provai la stessa sensazione di tanti anni fa, quando andai per la prima volta allo stadio di San Siro. Di colpo, salendo lungo i camminamenti, mi apparve, rischiarato dai riflettori, uno spicchio di verde brillante come nelle favole. Mi pareva impossibile tanta meraviglia. C'era l'Inter contro l'Indipendente di Montevideo. Non capii nulla, segnò Mazzola, ma non contava: ero entrato in un altro mondo. Il medesimo spaesamento mi capitò entrando all'Ansaldo, la vecchia acciaieria, dove sfilava la moda di Giorgio Armani. Non è che voglio fare lo snob: ma era la prima volta. Vi prego di credere a tutto quello che scriverò. So già che è difficile. Deve funzionare così anche per i reduci dei dischi volanti. Uno cammina in una radura, perso nei suoi guai, e arrivano "loro". Una luce astrale ti avvolge, e creature irradianti ti portano su in cielo, dicendoti cose bellissime sull'universo e sui tuoi occhi. Quando ti molano di nuovo a terra, e il disco volante va via, tu racconti cose mirabili, ma non ci crede nessuno. Tranne quelli della cerchia degli ufologi. Vi prego di non lasciarmi solo, qualunque cosa penserete di me. Comincio. Improvvisamente mi sono trovato in un film. Siamo in 1200 nello "spazio Ansaldo". Questo è un luogo storico degli operai milanesi. Si vedono le travature di cemento armato, indovini il capannone della fabbrica. Simbologia facile. Una volta Milano buttava nel mondo l'acciaio un tot al chilo, adesso la moda un tanto al pezzo. E cos'è la moda? Probabile che l'abbia già scritto Proust: "è il bisogno di cambiamento". Infatti le modelle si cambiano velocissime, e ritornano sempre nuove, ripetendo il gesto, in un giro dell'oca che è la nostra quotidiana esistenza. Una luce abbagliante percorse la passerella e una musica piena e malinconica ci avvolse come le acque materne. Armani presentò i modelli autunno-inverno dell'anno 1995-96. E subito fummo inghiottiti dalla bocca fresca di un bosco in settembre. Si aprì il sipario nero, ed uscirono loro, le modelle. Ne contai 56, ma saranno senz'altro di più. Altissime di tutti i Paesi del mondo. Le vidi camminare su tacchi a spillo, in sandali, agitando borsette. Magrissime, c'era pure qualche uomo un po' goffo a far compagnia sulla pista. E si muovevano tutte liete e assortite come chi sta per buttarsi nel loro primo giorno di lavoro. Guardi i vestiti grigi, oppure neri, di tutte le tonalità del grigio e del nero, del beige e della camomilla. Armani usa ancora questi toni. Nel Settecento avrebbero detto color pulce: il colore della banalità quotidiana. E lì capisci in che cosa consiste il genio di Armani che lo fa irripetibile. Come un Picasso fa diventare eccezionale, straordinario, assoluto il grigio pallido della vita. È come se impedisse ai nostri giorni di cadere nei vacui sogni, per farci entrare invece nella realtà. Qui sta il miracolo della sfilata. Quello che ti sfugge correndo su e giù per il metrò, o in macchina, qui sei costretto a contemplarlo. È come nelle litanie. Il mistero femminile ti passa davanti ogni istante. Sembra sempre uguale, invece è un riflesso nuovo di qualcosa di profondo, che è l'essere delle cose, è la bellezza, il fatto che siamo chiamati all'infinito, e non ci arriviamo da soli a toccarlo. Quanta malinconia in Armani, nei suoi vestiti. Capisco anche perché le ragazze, ap-



Lo stilista **Giorgio Armani**

pena siano un po' carine, vogliono fare le modelle. Ma sì, sarà per la grana e per la fama, ma c'è qualcosa di divino e niente affatto pagano che le chiama. C'è una specie di liturgia cosmica che accade durante una sfilata (almeno quand'è un genio come Armani a proporle: gli altri non so) che è una calamita per i cuori giovani. Eh sì, l'infinito che desideriamo con il nostro sfinito desiderio non può essere dimenticato. Basta guardare queste ragazze, così belle, così irraggiungibili. Ma dove guardano mai i loro occhi. Forse un punto molto lontano e irraggiungibile, forse hanno paura. Sono passato dal tempo remoto al presente. Mi scuserete, ma ogni volta tutto questo riaccade. 56 modelle, o stavolta 65?, corrono e corrono, come le nostre mogli e le nostre figlie, sul tapis roulant che è la vita. E capisci che un bel vestito è nello stesso tempo una corazza per affrontare il mondo, come Lancillotto nella sua armatura argentea, e un velo di trasparenza mite. Si adagia sul corpo lottando contro l'opacità della materia con i grigi e i neri, senza usare la slealtà dei fiori che ti fanno sognare con i rossi e i celesti. I disegni astratti, come le miniature islamiche, si dispongono su vestiti quasi trasparenti. E il rosa meraviglioso che è la donna viene su discreto oltre le sete, fino ai nostri occhi stupiti. E la forma eterna dei seni, più armoniosa e bella della quale nulla può essere disegnato o scolpito, è offerta al cielo e a noi che siamo lì. Alla fine di questa danza in cui la moda ripete il tentativo di ogni arte, e cioè di toccare le stelle, arriva Armani. Lo smoking, i capelli bianchi d'argento immutabile. Allarga le braccia. Un uomo di successo, che dà lavoro a tanti, eppure malinconico. Il genio lombardo, delle cose normali, che non fugge nelle fantasie ma lavora il nostro grigio, accettandolo, come la fatica di alzarsi al mattino e di filare svelti in ufficio, alle solite cose. Eppure in questa lieve bellezza della banalità sta il presentimento, forse l'implorazione di un miracolo. Di cui un inizio sono le donne che sfilano all'Ansaldo e nella nostra vita. Scendo dalle stelle e passo ai numeri. E all'anagrafe. Scusate il salto. 9000 dipendenti, un fatturato di 2,35 miliardi e 162 milioni di utile: è questo l'impero di Giorgio Armani, costruito in decenni di carriera: la sua prima sfilata fu nel 1974- in cui l'eleganza, la sobrietà e la creatività sono stati il suo mantra. E pensare che voleva studiare medicina re Giorgio. Da Piacenza, dove è nato, si è trasferito a Milano, per studiare, ma il destino aveva in serbo al-

tro per lui. La sua carriera è iniziata come vetrinista alla Rinascenza, ed è lì che inizia a svilupparsi il suo interesse per la moda. Lo nota Nino Cerruti, che lo chiama per una collaborazione con Hitman, la prima fabbrica di pret-à-porter elegante da uomo. Dieci anni dopo, Armani sfila: il palcoscenico è Palazzo Pitti, la Sala Bianca. Un anno dopo fonda Giorgio Armani Spa. Ed ecco, che il suo talento sfonda. La fama mondiale arriva negli anni 80 con la giacca destrutturata. "Ho costruito un tipo di giacca rilassata, informale, meno rigorosa che lascia intuire il corpo e la sensualità." Così ne parla Armani. Via le fodere, via le imbottiture, via la formalità, resta, sempre, l'eleganza, più casual, meno ingessata. Un classico senza tempo. Sono anche gli anni del greige. "Cercavo una tonalità che fosse calda ma allo stesso tempo metropolitana, sobria ma non scontata. E il greige è tutto questo per me: discreto, sofisticato e naturale", racconta. Un po' grigio, un po' beige, diventa il suo colore simbolo, che appare puntuale in ogni collezione. Io ne ho contati undici toni in natura. Lui molti più, ne ha scoperti. Ve lo ricordate lo strepitoso Richard Gere in American Gigolò? Il guardaroba di quel gigolò è stato ideato proprio da Armani. Un guardaroba di lusso eh. Giacche destrutturate, pantaloni senza pences, camice e cravatte da abbinare. La divisa dell'uomo moderno era stata creata. Passano gli anni, arrivano poi Emporio Armani, e infine Armani Privé. Una sfilata dietro l'altra, un successo dietro l'altro, l'impero di Giorgio si ingrandisce, diventando un simbolo del made in Italy nel mondo. Ha vestito attori, attrici, icone di stile, sex symbol, donne e uomini di successo, ma anche "più normali", che si sono riconosciuti nel suo stile semplice e inconfondibile. Armani ha sempre dimostrato sensibilità, come quando ha organizzato già nel febbraio 2020, quando il Covid era solo agli inizi, una sfilata a porte chiuse, o quando nel 2022 ha scelto di far sfilare le sue modelle senza musica, per solidarietà con l'Ucraina, da poco entrata in guerra con la Russia. Contro il Covid re Giorgio ha lottato in prima linea, convertendo i suoi stabilimenti di moda nella produzione di camici monouso, ha fatto una donazione importante, di due milioni di euro, agli ospedali Luigi Sacco, San Raffaele, Istituto dei Tumori di Milano, Spallanzani di Roma, ospedali di Bergamo, Piacenza e della Versilia e alla Protezione Civile. Non si è mai accontentato, Armani, non ha mai perso la voglia di creare, di stupire, di eccellere. Non possiamo chiamarlo stilista. No, è riduttivo. Un'icona, quello sì. Una istituzione. E infatti è stato nominato dal presidente della Repubblica, Sergio Mattarella, "Cavaliere di gran Croce", nel novembre 2021. Un riconoscimento sacrosanto per uno che davvero ha reso grande il nostro Paese all'estero. Ha diretto la sua azienda con amore, passione, lungimiranza, ma anche grande rispetto dei collaboratori e dei suoi dipendenti. "un imprenditore deve essere decisionista, un leader forte che non perde di vista il benessere dei propri dipendenti", diceva in un dialogo con Avvenire pochi mesi fa. "Deve saper ascoltare tutti ma poi prendere le decisioni in modo autonomo; deve essere al passo con i tempi, ma ha il dovere di criticarli quando non gli piacciono. Mandare avanti un'azienda richiede saggezza, coraggio e visione". Caratteristiche che certo a lui non sono mai mancate. La sua erede è Silvana, la nipote. Che ne parla con affetto, come zio e come maestro: "Generoso di insegnamenti, ma non negli atteggiamenti. Non ti dice mai brava, ma lo comprendi dallo sguardo. Una volta che lo hai capito ti basta. Una sua pacca sulla spalla ti fa saltare di gioia. Il fatto è che ogni giorno con lui, imparo qualcosa, sul lavoro e nella vita. Perché quando finisce il signor Armani comincia lo zio. In ufficio c'è il primo, a casa il secondo. Io adoro entrambi". Adorabile, lucente malinconia. ■ **Renato Farina**

Un soggiorno a regola d'arte

Abbiamo incontrato Ferdinand d'Esposito, direttore del raffinato e accogliente Sina Maria Luigia Hotel di Parma. Da una posizione strategica, l'albergo permette di visitare comodamente l'intera città

L'antidoto contro lo stress della vita quotidiana è nutrirsi di bellezza. Parma, raffinata ed elegante, è famosa per essere una città d'arte rinomata in tutto il mondo, per i suoi prodotti gastronomici d'eccellenza e la sua tradizione musicale: un vero gioiello da scoprire. Meta ideale per un week end fuori stagione, nel cuore di Parma si trova l'Hotel Sina Maria Luigia che, con la sua piacevole atmosfera, regala ai propri ospiti un'esperienza unica e indimenticabile.

Gli spazi comuni e le 101 camere sono particolarmente accoglienti: l'arredamento classico con pavimenti in marmo e dipinti sulle pareti conferisce l'emozione di un ambiente curato nei dettagli e capace di soddisfare ogni esigenza. Dall'hotel è possibile esplorare la città a piedi o in bicicletta, raggiungendo in pochi minuti i principali monumenti e le attrazioni più irrinunciabili.

Fedele alla tradizione ma con lo sguardo sempre più attento alla modernità: così presenta il suo nuovo volto Sina Hotels, gruppo lea-



RETAGGIO DI NOBILTÀ

Sulla scia di una figura tuttora amatissima dai parmigiani che ha lasciato la sua impronta regale alla città, il Sina Maria Luigia non tradisce l'eleganza e il gusto ereditato dal nome della sovrana

der nel mondo dell'hôtellerie al cui vertice c'è il presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca, affiancato dalla sorella Matilde Bocca nel suo ruolo di vice presidente esecutivo.

La narrazione del brand è affidata al simbolo della conchiglia che avvolge attorno a sé gli elementi fondanti del corporate: passione, tradizione familiare, sobrietà, stile, eleganza.

«Sina apre le porte a una clientela sempre più internazionale con un personalissimo "manuale di accoglienza" che testimonia l'unicità dell'ospitalità italiana. Il Sina Maria Luigia - spiega il direttore Ferdinand d'Esposito - prende il nome proprio da Maria Luigia d'Austria che fu sposa di Napoleone e che, nel 1816, dopo l'ormai inevitabile separazione dal decaduto "imperatore di Francia", divenne sovrana del Ducato di Parma. Il retaggio di nobiltà che riecheggia nel nome della duchessa ha in qualche modo influenzato gli ambienti e la bellezza della struttura che si trova nella parte più centrale della città. Grazie all'educazione asburgica ricevuta, Maria Luigia avrebbe potuto essere un'antesignana dell'arte dell'accoglienza, con la sua perfetta conoscenza di ben quattro lingue, dell'arte e della musica. Sulla scia di luce di una figura tuttora amatissima dai parmigiani che ha lasciato la sua impronta regale alla città, il Sina Maria Luigia non tradisce l'eleganza

e il gusto ereditato dal nome della sovrana». L'hotel si presenta con uno stile sobrio, offre 101 tra camere e suite arredate in stile classico e moderno, proprio per assecondare i gusti e le esigenze delle più disparate tipologie di clientela. Deliziose e caratteristiche le mansarde, che offrono una vista panoramica sui campanili del centro storico. Recentemente, per venire incontro ai gusti di

Hotel Sina Maria Luigia ha sede a Parma
www.sinahotels.com



tutta la clientela, sono state realizzate anche alcune camere in stile contemporaneo.

«Parma è principalmente una destinazione corporate - afferma il direttore -. La nostra clientela è formata soprattutto da agenti di commercio, professionisti legati alle industrie farmaceutiche, casearie, bancarie della zona. Durante il mese di ottobre il turismo è legato al festival, marzo e settembre a Mercante in Fiera. Durante tutto l'anno abbiamo comunque una clientela che viene per tour enogastronomici, degustazioni di prosciutto e formaggio e per scoprire le bellezze del territorio. La maggior parte sono clienti fidelizzati che tornano da oltre 10 anni per varie occasioni».

Il Sina Maria Luigia non è solo raffinatezza ed eleganza degli ambienti ma è anche cura e attenzione per gli esigenti palati dei clienti. «Nel nostro famoso ristorante Maxim's si possono degustare piatti della cucina tradizionale locale (cappelletti, tortelli, torta fritta) in un ambiente accogliente e di grande atmosfera. La cucina varia dai menu stagionali con le famose paste fatte in casa alle ricette tipicamente parmigiane. Offriamo poi un'ampia scelta di pesce e una selezionata gamma di vini da abbinare ad ogni pasto. Altrettanto gradevole il lounge bar l'Aiglon, location accogliente per l'aperitivo. L'Aiglon, recentemente ristrutturato, è caldo ed accogliente, mentre in estate si può scegliere "La Piazzetta" dove gustare un aperitivo all'aperto». Anche il mondo del business trova risposte alle sue necessità al Sina Maria Luigia: la struttura offre infatti la possibilità di utilizzare ben 7 sale meeting, dotate di sistemi molto innovativi in termini di tecnologie e con una capienza che consente di ospitare fino a 130 persone.

Nel suo percorso di forte espansione, oggi il gruppo Sina Hotels può vantare nella sua collezione prestigiosa 11 hotel luxury: il Sina Bernini Bristol a Roma, il Sina Villa Medici a Firenze, il Sina Centurion Palace e il Sina Palazzo Sant'Angelo a Venezia, il Sina De la Ville e Sina The Gray a Milano, il Sina Villa Matilde a Torino, il Sina Brufani a Perugia, il Sina Astor a Viareggio, il Sina Maria Luigia a Parma, il Sina Flora, situato nella dorata isola di Capri. «Ciascuno di essi è come fosse un mondo a sé che dialoga e si apre alla vita del luogo in cui si trova, proponendo a visitatori e turisti il proprio stile di accoglienza. Ma in realtà le diverse strutture operano in modo sinergico, seguendo la sapiente regia della proprietà che racconta il suo brand con una voce sola, riconoscibile nella vocazione di una famiglia da sempre fedele al culto dell'ospitalità».

■ **Cristiana Golfarelli**

PER TUTTI GLI EVENTI

Dal meeting di successo con collaboratori ristretti alla celebrazione dei momenti più indimenticabili della propria vita, il Sina Maria Luigia offre esclusive sale di varie dimensioni per ogni tipo di evento nel cuore di Parma. La Sala Verdi è la soluzione migliore per chi vuole organizzare un evento per ospitare fino a 65 persone, mette a disposizione le tecnologie più moderne per rendere ogni incontro di lavoro un vero successo.

Situata al piano terra dell'Hotel, la Sala Toscanini vanta una tecnologia all'avanguardia per eventi e cocktail moderni e funzionali. Viene organizzato tutto nei minimi dettagli per rendere ogni evento unico e speciale. Una capienza massima di 90 persone rende questa sala con luce naturale adatta a grandi incontri.

Un suggestivo affaccio sul verde per trasformare qualsiasi riunione in un piacevole incontro di lavoro. La Garden Room offre ampi spazi, un ingresso indipendente e ampie vetrate sul giardino per ospitare ogni evento nel centro di Parma.

*Dal 1919,
Passione Italiana,
Tratto Distintivo.*



*Since 1919,
Italian Passion,
Sign of Distinction.*

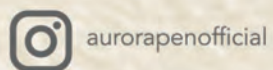
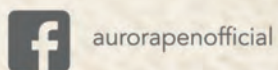
*Nel cuore e nelle mani
degli italiani dal 1919.*



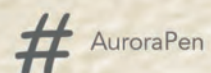
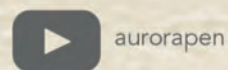
DAL 1919 FACCIAMO LE COSE ALLO STESSO MODO, CON LA STESSA IMMUTATA PASSIONE. OGGETTI SENZA TEMPO, BELLI E CONCRETI, COME SOLO NOI ITALIANI SAPPIAMO CREARE. DA OLTRE 100 ANNI, NON SCENDIAMO MAI A COMPROMESSI, SULLA QUALITÀ DEI MATERIALI E SULLE TECNICHE DI LAVORAZIONE. ORGOGLIOSI DI CONTINUARE A SCRIVERE, CON IL MEDESIMO CARATTERE AUTENTICO E APPASSIONATO, LA STORIA DELLO STILE ITALIANO.



Aurora S.r.l - Strada Abbazia di Stura, 200 - 10156 Torino



www.aurorapen.it



BRIC'S
MILANO



Roma - piazza di Spagna, 52
Milano - Galleria Vittorio Emanuele
brics.it