

L'esperienzialità che fa la differenza in hotel

È questa la nuova frontiera dell'ospitalità contemporanea, che si pone l'obiettivo di coinvolgere gli ospiti a 360 gradi in un'avventura polisensoriale

➡ Simona Lovati



In prima fila da sinistra Gerold Schneider e Wilfried Wang. In the front row from left Gerold Schneider and Wilfried Wang

Ambienti design, arredi preziosi, servizio impeccabile, tecnologie di ultima generazione e quel quid di amabile superfluo declinato secondo standard d'eccellenza. Sono questi gli atout che, almeno fino a ieri, connotavano tradizionalmente un'accoglienza di lusso. Oggi, però – evidenziano i trend del settore – l'ospite chiede all'hotel qualcosa in più. Sempre meno "turista" e sempre più "viaggiatore" (anche quando si muove per lavoro), l'ospite vuole sperimentare l'unicità, vivere sul posto un'esperienza emozionale autentica, entrando in contatto con il genius loci, ovvero con le peculiarità intrinseche del territorio: dall'ambiente alla gastronomia, dalle bellezze naturali a quelle culturali.

Omologazione? No, grazie

«Il lusso può avere un limite», ha detto il professor **Wilfried Wang**, docente di architettura all'University of Texas e Austin, durante il convegno sull'ospitalità "Ricostruire?!" organizzato lo scorso ottobre alla Fiera di Bolzano. «Un breakfast eccellente ma standardizzato, arredi raffinati ma anonimi, un'accoglienza cordiale ma troppo formale, non danno all'ospite la percezione dell'unicità del luogo in cui si trova. Gli ospiti chiedono prestazioni di alta qualità, ma non vogliono facilities che possono trovare ovunque». Secondo Wang, quindi, gli aspetti essenziali della moderna hotellerie sarebbero la capacità di proporre qualcosa di unico e memorabile, nel rispetto dell'ambiente, un'ospita-



lità sempre più *ad personam* e la forza di innovare».

Verso un'architettura etica

E proprio “nuovo” è il verbo-mantra che negli ultimi anni ha spopolato maggiormente nel settore, con particolare riferimento all'aspetto architettonico.

L'architetto **Gerold Schneider** ci invita però a usare questo termine con prudenza «abbiamo visto troppe forme arbitrarie spaccate per innovative dovute anche alle diverse soluzioni offerte dalle nuove possibilità di design e di produzione – oltre che dal desiderio di lasciare la propria personale impronta – soluzioni che non sempre, tuttavia, si sono rivelate belle, funzionali o rispettose del contesto. Personalmente mi aspetto un'inversione di rotta, un ritorno a qualcosa di più condivisibile, sostenibile ed ecologico, in grado di restituire valore al concetto di senza tempo e al rispetto per l'ambiente. In passato, come, sostiene anche Georg Franck, professore di metodologie digitali in architettura all'Università di Vienna, l'imperativo etico in architettura è stato invece disatteso. Credo che oggi la parola d'ordine dovrebbe cominciare, dunque, con il prefisso “ri” come riguadagnare e ricostruire in armonia con il contesto paesaggistico».

L'albergo: proiezione della vita che cambia

Il legame con il territorio e con le tradizioni è fondamentale, ma bisogna sapersi anche evolvere in risposta alle richieste sempre nuove del mercato: «ciò che oggi è certezza, domani è cambiamento», dice **Alessandro Dal Corso**, proprietario, insieme alla famiglia, di Villa Franceschini e di Villa Margherita, alle porte di Venezia. «È la legge del comparto alberghiero», continua Dal Corso, «sempre in costante movimento e alla ricerca di un'offerta unica ed esclusiva, perché le esigenze del cliente si rinnovano di continuo».

Ciò che non cambia è invece la richiesta



della qualità e della professionalità dello staff che deve essere capace di far sentire l'ospite come a casa propria. «Il rapporto umano può fare la differenza nella scelta di una location», ribadisce Dal Corso, «una buona squadra rappresenta il vero valore commerciale di un'azienda».

Anche l'ambiente deve rispondere alle aspettative di un sempre maggiore comfort e del desiderio di sentirsi parte del tessuto vivo della destinazione. «L'ospite apprezza molto, per esempio, l'artigianalità made in Italy, ancora di più se del posto, e tutto ciò che è storia del luogo», conferma l'albergatore. «Inoltre gradisce anche sentirsi in famiglia, e questo è più facile quando la cultura dell'ospitalità è una passione che si tramanda di padre in figlio».

Il benessere degli ospiti è proporzionale al benessere dell'ambiente

«Il lusso è un esercizio estremamente costoso. Ha un valore sia intangibile – spesso legato a luoghi comuni elevati a status symbol, come accade, per esempio, in Costa Smeralda in agosto – sia più concreto, traducibile in un servizio dallo standard griffato ed eccellente, come quello, per esempio, dei brand Bulgari e Armani», dice **Carmen Fioriti**, direttore del Sardegna Grand Hotel Terme, a Fordongianus, in provincia di Oristano. «Ma è anche vero che oggi l'idea di lusso sembra lasciare il posto a un'idea di quality of life meno patinata e scontata, dove contano soprattutto l'unicità, la completezza dell'offerta e il rapporto qualità/prezzo. La nostra realtà è molto particolare, a partire dalla posizione», prosegue il direttore, «fuori dalle rotte più conosciute: né al mare né in città, in un entroterra tranquillo e ricco di attrattive che al turista,



Alessandro Dal Corso, proprietario insieme alla famiglia di Villa Franceschini (a sinistra) e di Villa Margherita (a destra).
Alessandro Dal Corso, owner with his family, of Villa Franceschini (left) and Villa Margherita (right)



Carmen Fioriti, direttore del Sardegna Grand Hotel Terme di Fordongianus, in provincia di Oristano. Carmen Fioriti, general manager of Sardegna Grand Hotel Terme at Fordongianus, in the province of Oristano

italiano e straniero, offre tantissimi itinerari anche inconsueti: si possono visitare le antiche terme romane, la chiesa di San Lussorio, oppure scegliere diversi percorsi gastronomici e di benessere. Il benessere è oggi un elemento imprescindibile della buona ospitalità, ed è strettamente correlato all'ambiente. Per esempio, l'acqua termale, i fanghi e le piante tipiche di questa zona, come il mirto e l'elicriso, sono la base della linea di trattamenti viso e corpo proposta dalla nostra Spa. Agli ospiti offriamo un'enclave appartata di natura, relax e benessere, in cui, ovviamente, non manca la possibilità di connettersi con il resto del mondo, grazie a dotazioni tecnologiche di ultima generazione».

L'eleganza nella ricercatezza

Per **Gabriele Galieni**, direttore dell'Hotel Lido Palace di Riva del Garda (TN), il turismo è «uno scambio di informazioni, di emozioni e di cultura, dove ciò che si cerca è l'autenticità. «Aspettativa», dice Galieni, «che noi soddisfiamo proponendo un'ospitalità capace di far vivere la destinazione a 360 gradi. In questo siamo fortunati perché ci troviamo in una zona, l'area trentina del lago di Garda – che è stata nominata quest'anno *The best place to live in Italy*, per la natura, l'ambiente e le attività sportive che si possono praticare: noi, per esempio, diamo la possibilità di noleggiare biciclette per avventurarsi lungo il bellissimo sentiero del Ponale. Ma, nella zona, si possono praticare anche windsurf, vela e kiting. Inoltre, proponiamo una cucina a chilometro zero e stagionale e un'offerta benessere completa nella nostra Spa». All'Hotel Lido Palace di Riva del Garda non manca nemmeno l'alta tecnologia, con per esempio il wifi – tra i servizi più richiesti, insieme a un'ac-



coglienza puntuale e friendly «Il calore e la spontaneità del nostro staff fanno sì che i nostri ospiti ritornino sempre molto volentieri».

Tutto a regola d'arte, anche in quota

«Ci troviamo a 1900 metri di altezza», spiega il signor **Ortler**, proprietario con la famiglia dell'Hotel Cevedale a Solda, provincia di Bolzano, «e godiamo di una stagione invernale di sei mesi, e di una estiva di tre. Il turista ci sceglie per vivere una full immersion nella natura ma anche per il servizio, curato nei minimi particolari, e per i nostri spazi: camere ampie, confortevoli».

Quel fascino che ci rende unici al mondo ma che l'italiano dà per scontato

«Il turista internazionale che visita il nostro paese», commenta **Bernabò Bocca**, presidente di Federalberghi, «ama ritrovare l'Italia ovunque: nell'arte, nella storia, nel design, nel paesaggio, nella cucina e ovviamente nell'ospitalità: più le strutture alberghiere sono legate a doppio filo al territorio e alle sue peculiarità e più gli risultano gradite. Non dimentichiamo poi che, oltre alle bellezze note che tutto il mondo ci invidia, l'Italia è straordinariamente ricca di luoghi meno famosi ma altrettanto affascinanti che anche l'italiano, ancora molto esterofilo, spesso non conosce o dà per scontati. Un paradosso, perché noi, italiani, dovremmo essere il primo turismo in Italia».

Sempre secondo Bernabò Bocca, gli hotel indipendenti sarebbero quelli più rispondenti alle aspettative del viaggiatore in cerca di life experience: «i turisti stranieri amano queste "piccole" realtà, spesso a conduzione familiare, dove la qualità del servizio non è mai disgiunta dal tocco personale e dove l'accoglienza è fortemente radicata al territorio».



voli, tutte con balcone, e un ristorante gourmet con ricco menu à la carte».

Il quid che differenzia l'hotel Cevedale di Solda rispetto ad altre strutture dell'Alto Adige è la scelta di avere optato per un design moderno, lontano dallo stile tirolese. Altro punto di forza – e motivo di orgoglio di Ortler – è la professionalità dello staff: «da diversi anni mi avvalgo della medesima équipe, dai camerieri alle ragazze ai piani. È grazie a loro se tutto, all'Hotel Cevedale, è a regola d'arte».

Un ambiente esclusivo, ma informale e accogliente

«La crisi economica e i ritmi di vita sempre più frenetici hanno fatto aumentare in modo esponenziale le aspettative e i desideri nei confronti della vacanza, sempre più "sudata" e meritata», spiega **Angelika Schmid**, proprietaria di Villa Eden a Merano, «lo vedo, tutti giorni, nella mia struttura. L'ospite vuole approfittare di ogni occasione per fare nuove esperienze sul territorio. Per esempio, sono richiestissime le visite guidate a Merano che organizziamo, insieme ai tour tra i castelli, alle mostre fino ai mercatini di Natale».

Anche la concezione degli spazi sta cambiando, rivela Schmid, «se prima una camera d'albergo serviva soprattutto per dormire, oggi è un rifugio dove rigenerarsi, pertanto l'ambiente deve essere caldo, accogliente e "personale" con comfort e tecnologie moderne».

Vorrei... ma posso

«Da noi il lusso è accessibile», dice **Filippo Spanò**, direttore generale de Il Picciolo Etna Golf Resort a Castiglione di Sici-

lia (CT), «no frills, ma con un servizio ottimo e soprattutto con un'offerta di esperienze uniche da vivere sul territorio: Patrimonio dell'Unesco, il comprensorio dell'Etna è un eden per ogni tipologia di turismo: da quello enologico – il territorio conta ben 86 cantine vinicole – e gastronomico all'escursionismo (le gole dell'Alcantara regalano scenari ed emozioni incomparabili agli appassionati di canyoning), fino cicloturismo o al turismo *glam*, Taormina è a brevissima distanza. Da noi l'ospite si può davvero concedere il lusso di fare ciò che più gli piace».

Lefay Resort: benchmark italiano dell'ecoluxury

Sulla scena gardesana da sei anni, il Lefay Resort si è subito imposto per il suo concept evoluto di lusso integrato: ovvero, spiega il Managing Director Alcide Leali Jr, «un lusso etico improntato al benessere, che rispetta l'ambiente, la valorizzazione del territorio e il recupero delle tradizioni. Sotto questo punto di vista, posso fieramente affermare che il resort è diventato il nuovo benchmark italiano: gli ospiti ci scelgono per la nostra offerta di "benessere globale", che va ben oltre la Spa, estendendosi a tutti i servizi e spazi (particolarmente ampi e luminosi) a disposizione, fino ad arrivare alla nostra cucina "vitale", basata sulla dieta mediterranea, che propone solo materie prime del territorio».

Immerso nella natura e nella quiete, il Lefay Resort è anche uno spazio per meditare e ritrovare se stessi, con la garanzia di avere a disposizione uno staff cordialissimo e premuroso e dotazioni tecnologiche moderne per poter lavorare in tutta tranquillità. «La copertura wi-fi è ovunque, fatta eccezione per la Spa», precisa Leali, «e il servizio è incluso nella tariffa». ■



Angelika Schmid, proprietaria del Leading Health Spa Hotel Villa Eden di Merano in Alto Adige. Angelika Schmid, owner of Leading Health Spa Hotel Villa Eden in Meran Trentino Südtirol

In hotels, experience makes the difference

This is the new frontier of contemporary hospitality, which aims to engage guests in a 360 degree multi-sensory adventure

Simona Lovati

Designer ambience, exquisite furnishings, impeccable service, the latest technology, and that something extra, all based on standards of excellence. These are the characteristics that have traditionally defined luxury accommodation, at least until recently. Today, however, industry trends suggest that hotel guests are demanding something more. Ever less the “tourist” and more the “traveller” (even when travelling for business), guests want to experience something unique, have an authentic experience, come into contact with the area’s genius loci, and its local peculiarities: from the environment and gastronomy to natural beauty and culture.

Conformity? No, thanks

«Luxury can have a limit», said Professor **Wilfried Wang**, professor of architecture at the University of Texas at Austin, during the hospitality conference “Ricostruire?!” held last October at Fiera di Bolzano. «An excellent but standardized breakfast, rich but anonymous furnishings, polite but overly formal service do not give guests a sense of being in a unique place. Guests look for high quality service, but do not want facilities that can be found anywhere». According to Wang, therefore,

the essential aspects of the modern hotel industry should be respect for the environment, the ability to offer a unique and memorable experience, increasingly personalized hospitality and the drive to innovate.

Towards ethical architecture

“New” is the mantra that in recent years has spread throughout the sector, most notably in the field of architecture.

Architect **Gerold Schneider** asks us, however, to use this term with caution, «we have seen too many arbitrary designs passed off as innovation, thanks to the new solutions opened up by advancements in design and production – as well as the desire to make a mark. But these designs have not always proved to be beautiful, functional or respectful of their surroundings. Personally, I foresee a change in direction, a return to something more accessible, sustainable and environmentally friendly, which can bring back the concepts of timelessness and respect for the environment. In the past, according also to Georg Franck, professor of digital methods in architecture at the University of Vienna, the ethical imperative in architecture was neglected. I believe that today’s watchwords should begin, therefore, with the prefix “re-” as in regain and rebuild in harmony with the landscape».

The hotel: a projection of ever-changing life

The link with the region and with traditions is essential, but you also have to know how to evolve in response to ever-shifting market demands: «what is certain today, changes tomorrow», says **Alessandro Dal Corso**, whose family owns Villa Franceschi and Villa Margherita, near Venice. «It’s the law of the hotel market», continues Dal Corso, «always in motion and in search of unique and exclusive offers, because customer needs are constantly updating».

What does not change is the request for quality and the professionalism of a staff who can make guests feel at home. «The human touch can make the difference when choosing a hotel», stresses Dal Cor-

Our charm makes us unique in the world, but Italians take it for granted

«International tourists who visit our country», says **Bernabò Bocca**, president of the Federalberghi «love finding Italy everywhere: in art, history, design, landscape, cuisine, and of course in hospitality: the closer the hotels’ connection with the region and its peculiarities, the more they are appreciated. Let’s not forget that in addition to the famous destinations which are the envy of the world, Italy is extraordinarily rich in less-known but equally fascinating places that even Italians – who love to travel abroad - often do not know about, or take for granted. A paradox, because we Italians should be the most active tourists in Italy».

According to Bernabò Bocca, independent hotels are the ones most able to respond to the expectations of the traveller in search of life experiences: «foreign tourists love these “little worlds”, often family-run, where the quality of service is never separated from the personal touch, and where hospitality is strongly rooted in the culture».



Gabriele Gallieni, direttore dell'Hotel Lido Palace di Riva del Garda in provincia di Trento.

Gabriele Gallieni, general manager of Lido Palace Hotel at Riva del Garda in the province of Trento



so, «a good team is a company's real commercial value».

The environment must also meet expectations of increasing comfort and the desire to feel part of the living fabric of a place. «Guests greatly appreciate, for example, artisan products made in Italy, even more so if they are local, and anything that is part of the history of the place,» confirms the hotelier. «Moreover, guests appreciate feeling like part of the family, and this is easier when the culture of hospitality is a passion that has been handed down from father to son».

Guests' well-being is proportional to that of the environment

«Luxury is an extremely costly affair. It has an intangible value – often tied to places which have been elevated to status symbols, such as the Costa Smeralda in Au-

gust – and a more concrete one, which can be translated into services of excellence and famous names, such as Bulgari and Armani», says **Carmen Fioriti**, director of Sardinia Grand Hotel Terme at Fordongianus, in the province of Oristano. «But it is also true that today the idea of luxury seems to give way to a concept of quality of life which is less glossy and taken for granted, where uniqueness, comprehensive services and quality/price ratio are especially important. What we offer is very special, beginning with our location», continues the director, «off the beaten track: neither by the sea nor in the city, in a peaceful inland region rich in unusual tourist attractions for Italians and foreigners alike. Here you can visit the ancient Roman baths, the church of San Lussorio, or follow various gastronomic or wellness itineraries. Wellness is now an essential



Filippo Spanò, direttore generale de Il Picciolo Etna Golf Resort a Castiglione di Sicilia in provincia di Catania.

Filippo Spanò, general manager of Il Picciolo Etna Golf Resort at Castiglione di Sicilia in the province of Catania

element of good hospitality, and is closely linked to the environment. For example, the thermal water, mud and plants found in this area, such as myrtle and helichrysum, are the basis of the range of face and body treatments offered at our Spa. We offer our guests a secluded enclave of nature, relaxation and well-being, in which, of course, the ability to connect with the rest of the world is not lacking, thanks to state-of-the-art technology».

Elegance in refinement

For **Gabriele Galieni**, Director of Hotel Lido Palace in Riva del Garda (TN), tourism is an exchange of information, emotions and culture, where what is sought is authenticity. «An expectation», says Galieni, «which we satisfy with hospitality that offers guests a 360 degree experience of the area. We are fortunate because we are in an area, the Trentino region of Lake Garda, which was named this year *The best place to live in Italy*, thanks to its natural environment and the sports and outdoor activities here. For example, we offer bicycle rental for rides along the beautiful Ponale trail. Visitors can also try windsurfing, sailing and kitesurfing in the area. In addition, we offer seasonal and local cuisine, as well as a comprehensive spa experience». At the Hotel Lido Palace in Riva del Garda, technology such as Wi-Fi, one of the most requested services, is also provided, along with an attentive and friendly welcome. «The warmth and spontaneity of our staff ensure that our guests are always happy to return».

Everything to perfection, even at high altitude

«We are located 1900 metres above sea level», says **Mr Ortler**, owner of the Hotel Cevedale at Solda, in the province of Bolzano, «and we enjoy a winter season



that lasts six months, and a summer season that lasts three. We are chosen by tourists who want full immersion in nature, but also for the services we offer, our meticulous attention to detail, and our spaces: spacious and comfortable rooms, all with balconies, and a gourmet restaurant with a full à la carte menu».

The feature that makes Hotel Cevedale stand out from other hotels in Alto Adige is the decision to opt for a modern design, far from the typical Tyrolean style. Another strength – and a point of pride for Ortler – is the professionalism of the staff: «For several years I have used the same team, from waiters to chambermaids. And it's thanks to them that everything at Hotel Cevedale runs efficiently».

An exclusive yet informal and friendly ambience

«The economic crisis and the increasingly frenetic pace of life have exponentially increased the expectations one has for a holiday, which is more and more "hard-earned" and deserved», says **Angelika Schmid**, owner of Villa Eden in Merano, «I see this every day in my resort. Guests want to take advantage of every opportunity to have new experiences in the area. For example, the guided tours we organize in Merano are extremely popular, as are excursions to local castles, exhibitions, and even the Christmas markets». The notion of space is changing too, says Schmid, «if previously a hotel room was mainly used for sleeping, today it is a haven where one regenerates, so the atmosphere must be warm, welcoming and "personal," with modern comforts and technology».

I'd like to ... and I can

«With us, luxury is affordable», says **Filippo Spanò**, general manager of Il Picciolo Etna Golf Resort in Castiglione di Sicilia (CT), «no frills, but with great service and above all the chance to experience something unique: a UNESCO World Heritage



Il cinque stelle Superior, Lefay Resort & SPA Lago di Garda a Gargnano, nella Riviera dei Limoni immerso in un parco naturale di 11 ettari tra dolci colline e terrazze naturali impreziosite da ulivi e boschi. Sopra, la piscina interna panoramica. A destra, vista dall'alto del Resort.

Lefay Resort & SPA Lago di Garda is located in Gargnano, one of the most picturesque villages on the lake. The Resort, the first to be awarded the prestigious 5-star superior rating on Lake Garda, is situated inside an 11 hectares natural park in the heart of the spectacular and renowned "Riviera dei Limoni", surrounded by gentle hills and natural terraces rich in olive trees and woods overlooking the lake. Above, the inside swimmingpool. Right, overview of the Resort



site, the Etna area is a paradise for all kinds of tourism; from food and wine – the region has over 86 wineries – to outdoor sports – the Alcantara gorges offer incomparable scenery and adventure for canyoning enthusiasts – and bike touring. For glamour and style, Taormina is just a short distance away. Here, guests can truly afford the luxury of doing what they please».

Lefay Resort: an Italian benchmark of eco-luxury

Part of the Lake Garda scene for the past six years, the Lefay Resort immediately established itself in the area, thanks to its philosophy of integrated luxury. In other words, as Managing Director **Alcide Leali, Jr.** explains, «an ethical luxury inspired by well-being, which respects the environ-

ment, the development of the region and the preservation of traditions. From this point of view, I can proudly say that the resort has become the new Italian benchmark: guests choose us because we offer "global wellness", which goes far beyond the Spa, encompassing all our amenities and spaces (which are particularly large and full of light), including our "dynamic" kitchen, which uses only the best local ingredients to create dishes based on the Mediterranean diet».

Surrounded by nature and tranquillity, the Lefay Resort is also a place of meditation and self-discovery, secure in the knowledge that peace is guaranteed by friendly, accommodating staff and the latest technology. «Wi-Fi can be accessed from anywhere, except for the spa», explains Leali, «and the service is included in the rate». ■