

BUSINESS PEOPLE

ECONOMIA • SOCIETÀ • MANAGEMENT • PASSIONI

1 - NOVEMBRE 2016 - MENSILE - € 4,50

SOCIETÀ
ARRIVANO I
LOVE CONTRACT

TURISMO
A BRIATORE
RISPONDIAMO CHE...

PASSIONI
CACCIA AL TARTUFO

REMO
RUFFINI

TUTTA QUESTIONE DI ENERGIA (CREATIVA)

È QUESTA, SECONDO IL PATRON
DI MONCLER, LA CHIAVE DEL SUCCESSO
DEL NOTO MARCHIO, CHE DOPO
IL RILANCIO CONTINUA A SCALARE
LE CLASSIFICHE DEL LUSO

FLOTTE
SI PUÒ FARE
DI PIÙ

ECONOMIA
IL FOODTECH
È SERVITO

AGRICOLTURA
SEMPRE PIÙ IN ALTO!

FIFA
TUTTO IL CALCIO
IN UN MUSEO

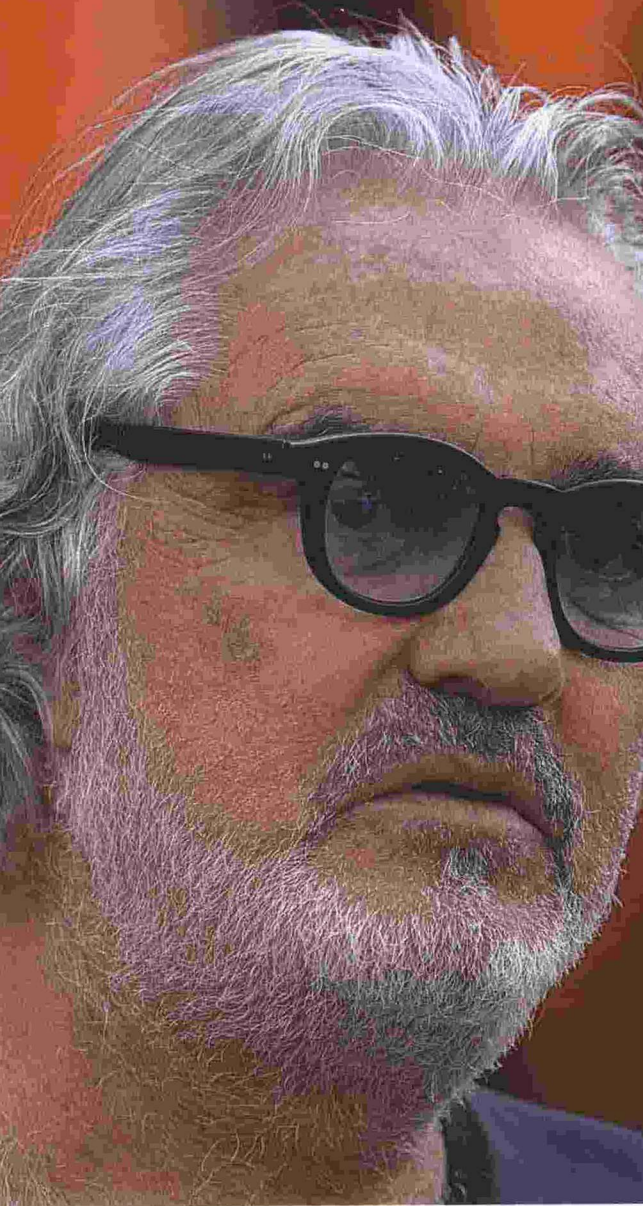
Manager
ASSOCIARSI PERCHÉ

Anniversari
DOTTOR JACK & MISTER
DANIEL'S

**Lezioni
di stile**
ANDREA LISSONI
DOCET



PROVOCATORE
Flavio Briatore
non è nuovo
alle dichiarazioni
che fanno discutere



Vade retro, BRIATORE!

IL PATRON DEL TWIGA HA ATTACCATO LE STRUTTURE RICETTIVE TRICOLORI, INCAPACI DI COCCOLARE I RICCHI TURISTI IN ARRIVO SULLE NOSTRE COSTE ALLA RICERCA DI ESPERIENZE COSTOSE E DI DIVERTIMENTO. MA È DAVVERO QUESTO IL VOLTO - E LA RICHIESTA - DEI VIAGGIATORI DI ALTA GAMMA ATTRATTI DALLE DESTINAZIONI PIÙ ESCLUSIVE? LO ABBIAMO CHIESTO A CHI È ABITUATO AD ACCOGLIERLI OGNI GIORNO, DA CORTINA A PANTELLERIA
DI ANDREA NICOLETTI



MARRIOTT INTERNATIONAL CONOSCERE I CLIENTI

ANTONELLO DE MEDICI, AREA MANAGER DI MARRIOTT INTERNATIONAL - STARWOOD VENEZIA, È PRESIDENTE DI FEDERTURISMO VENETO E VICEPRESIDENTE DI FEDERTURISMO CONFINDUSTRIA ITALIA. CON UNA MAGNIFICA VISTA SULLA LAGUNA VENEZIANA, L'HOTEL DANIELI È UNO DEI SIMBOLI DEL PRESTIGIO E DELLA CLASSE E OFFRE ALLA SUA CLIENTELA UN AMBIENTE DI GRANDE ESCLUSIVITÀ. IL SUO È UNO DEI 20 MIGLIORI BAR IN ITALIA.

Ma davvero, come dice Briatore, i ricchi vogliono solo "divertimento sfrenato"?

Assolutamente no: i nostri clienti cercano l'unicità dell'esperienza in una location straordinaria. Non solo sul mare ma nelle città d'arte, in montagna e nei resort. Insomma, in tutti quei posti dove la natura è incontaminata oppure dove esistono tradizioni storiche importanti. È la personalizzazione del servizio, l'attenzione al dettaglio, l'offerta integrata con i grandi eventi culturali che stimola il turista di alta gamma, quello che non pensa solo a ostentare la propria ricchezza o allo shopping.

IL VERO FATTORE CHIAVE NELLA MODERNA VISION DEL LUSSO È DATO DALLA QUALITÀ DEL TEMPO

Qual è la differenza fra un hotel di lusso e il Danieli?

La differenza è nei brand, nel servizio, nella qualità del tempo. Nel settore dell'ospitalità di lusso, come in quello della moda, il marchio è la vera garanzia di standard elevati, di ricerca continua dell'eccellenza, di innovazione e creatività. Sempre di più, infatti, accanto all'offerta della camera, gli hotel di alta gamma puntano sull'alta ristorazione, unendo un patrimonio di eccellenze e un forte legame col territorio ed i suoi prodotti enogastronomici. Il vero fattore chiave nella moderna visione del lusso è dato dalla qualità del tempo. Il cliente deve avere dal Danieli un supporto ai più alti livelli, e lo facciamo con un concierge dedicato, per estendere in qualità e valore il tempo che trascorrono con noi, dal relax di alto profilo con spa adeguate, all'esplorazione del territorio, all'accesso privilegiato ai grandi eventi dell'arte e della cultura, o ai percorsi di riscoperta della tradizione e della storia. Danieli fa quello che dovrebbe fare ogni vero, grand hotel di lusso: conosce

i propri clienti e sa come fidelizzarli, oggi anche grazie alle nuove tecnologie internet e ai social.

Quale sarà il futuro del turismo di alta gamma in Italia?

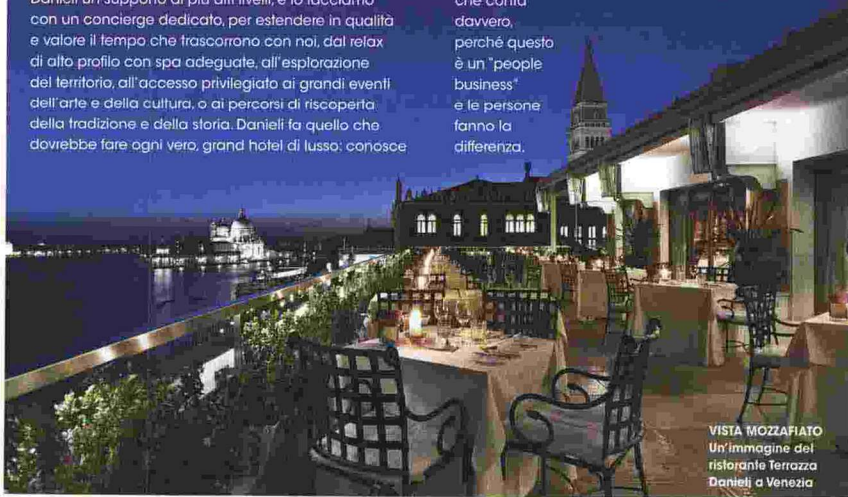
In Italia non esiste un mercato del lusso: sarebbe infatti meglio parlare di mercati al plurale e di generazioni di consumatori. I clienti tradizionali in Italia sono quelli dei Paesi occidentali maturi e in particolare Usa, Gran Bretagna, Francia e Germania. Fra i mercati emergenti abbiamo Russia, Medio Oriente e Asia con un consolidamento del Giappone e l'affacciarsi di Cina ed India. Occorre però una

attenta lettura della domanda perché le esigenze e le richieste sono molto diverse fra loro, i numeri sono spesso di nicchia e legati a destinazioni specifiche, dalla Costa Smeralda alle Dolomiti, da Roma

a Milano, Firenze e Venezia. L'offerta sui mercati emergenti si deve immaginare non solo attraverso le top suite e gli alberghi iconici, ma anche attraverso offerte complementari eccezionali, dal servizio limo con Bentley alle escursioni con motoscafi Riva alle proposte di ristorazione stellate.

Su oltre 33 mila alberghi italiani, i 4 e 5 stelle non arrivano al 18% dell'offerta. Sono sufficienti?

Il numero in sé non è un parametro significativo, è la qualità reale delle strutture e il volume degli investimenti per adeguare il prodotto, è la struttura del servizio e soprattutto è il livello del personale che conta davvero, perché questo è un "people business" e le persone fanno la differenza.



VISTA MOZZAFIATO
Un'immagine del ristorante Terrazza Danieli a Venezia

Tanto lusso e divertimento. Sono davvero questi i ricchi di oggi? Probabilmente no: Flavio Briatore si sbaglia. L'imprenditore piemontese, proprietario del marchio di locali extralusso Billionaire Lifestyle, un mese fa ha sparato ad alzo zero contro le strutture ricettive (della Puglia, ma non solo) che non sanno come trattare i veri vip, quelli che arrivano a spendere anche 20 mila euro in un solo giorno e per questo «vogliono hotel extralusso, porti per i loro yacht e tanto divertimento». È in questa visione forse un po' pacchina dell'accoglienza la ricetta per far ripartire il turismo in Italia? Non tutti sono d'accordo. Magari funzionerà al Twiga, il locale che Briatore sta portando dopo la Versilia anche a Otranto – per la precisione tra la Baia dei Turchi e il centro storico – mentre a Dubai ha esportato il marchio Billionaire. Ma la formula “notti folli e champagne” non funziona ovunque, e soprattutto da sola non basta per spiegare il fenomeno del turismo di alta gamma, che in Italia non conosce crisi, almeno secondo Federberghi, anzi cresce (+10% anche quest'anno) soprattutto nelle località top, dalla Costa Smeralda a Capri, da Portofino a Milano. Ma chi sono, e cosa cercano davvero i turisti d'élite, così agiati da potersi permettere suite da 10 mila euro a notte? Lo abbiamo chiesto a chi ha fatto del turismo di alta gamma una professione o un'impresa: nove professionisti, tra proprietari, direttori e General Manager delle strutture e dei resort più esclusivi d'Italia. E abbiamo scoperto che a Roma i vip vanno in autobus al mercato di Campo dei Fiori e che a Pantelleria vivono in totale silenzio, senza telefono e internet. Ma soprattutto che per rilanciare il turismo in Italia serve lo sforzo di tutti, dai Comuni alle Regioni uniti nel lavoro da una visione di sistema, perché gli imprenditori da soli non possono farcela.



RELAIS CHATEAUX

OFFERTA SU MISURA

HUGO PIZZINI RIVESTE IL RUOLO DI GENERAL MANAGER DI ROSA ALPINA ED È MEMBRO DEL CONSIGLIO DIRETTIVO ITALIANO DI RELAIS CHATEAUX, CATENA ALLA QUALE LA STRUTTURA È AFFILIATA. DA TRE GENERAZIONI I PIZZINI SONO GLI ARTEFICI DEL TURISMO D'ÉLITE IN ALTO ADIGE E IN ITALIA. IL RISTORANTE DELL'ALBERGO, ST. HUBERTUS, È STATO E RIMANE IL PRIMO DUE STELLE MICHELIN DELLA REGIONE E GRAZIE ALLE SUE INNOVAZIONI IN CUCINA ATTIRA OGNI ANNO UNA CLIENTELA RAFFINATA E GOURMAND.

Cosa chiedono davvero i clienti di prestigio?

Abbiamo potuto notare che negli ultimi anni gli ospiti di maggior prestigio tendono a preferire spazi molto ampi come il nostro Châlet Zeno, dove le facilities incontrano perfettamente accoglienza e design. Desiderano un servizio attento ma non invadente, rispettoso della privacy. Ma soprattutto cercano e trovano qui da noi, una sorta di libertà data dall'ambiente naturale in cui ci troviamo, con paesaggi emozionanti e orizzonti altissimi. Amano l'autenticità

del nostro territorio, della gastronomia e del servizio che cerchiamo di personalizzare al massimo. «Hotel extralusso e tanto divertimento», Briatore dixit. È una formula che funziona? Secondo noi, valgono molto di più le emozioni e le esperienze uniche che si

IL LATO EMOTIVO DELLA VACANZA È CIÒ CHE RESTA NEGLI OSPITI ANCHE QUANDO TORNANO ALLA LORO ROUTINE

riescono a regalare a un ospite durante il suo soggiorno, rendendolo unico ed indimenticabile. Il lato emotivo della vacanza è ciò che resta negli ospiti anche quando tornano alla loro vita fatta di lavoro, schemi e agende fittissime.

Qual è allora un buon modello di turismo?

La nostra offerta, per portare un esempio concreto di modello funzionante, è molto tagliata su misura, a partire dall'accoglienza fino ai servizi che offriamo per soddisfare ogni

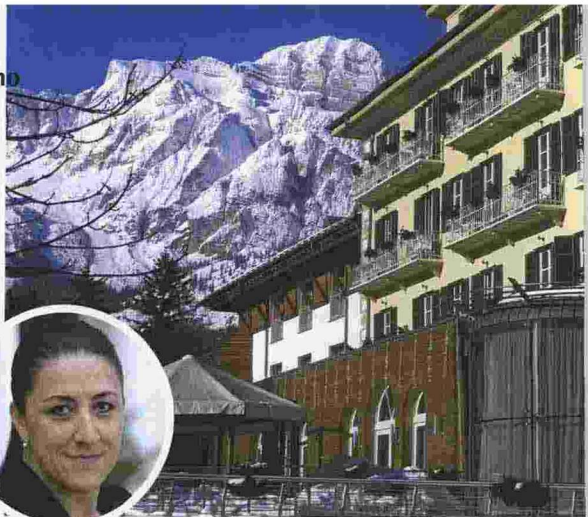
esigenza. Ogni singolo cliente viene coccolato e soddisfatto in maniera unica e ad hoc.

Il nostro è un turismo leisure legato al territorio e alle sue attività stagionali, un modello di fare accoglienza che è diventato un esempio anche per altre località e strutture.



STELLE IN VETTA
In questa foto, l'Hotel Rosa Alpina; nel fondo, il St. Hubertus

Turismo



GRAND HOTEL SAVOIA

ALZARE GLI STANDARD

ROSANNA CONTI GUIDA IL GRAND HOTEL SAVOIA DI CORTINA D'AMPEZZO. È UNO DEI PIÙ RAFFINATI HOTEL CINQUE STELLE D'ITALIA. NEL PUNTO D'INCONTRO STORICO PER IL TURISMO DELLE DOLOMITI, NATO AGLI INIZI DEL '900, HA RIAPERTO NEL 2009 PER UNIRE AL FASCINO DELLA SUA STORIA LE COMODITÀ DI PIÙ ALTO LIVELLO.

Quante sfumature ha il lusso?

Tutte quelle di un bell'abito di Armani. L'arabo ostenta e vuole avere tutto subito, gli italiani sono signorili, i russi stanno imparando che i soldi non sono tutto, serve anche gusto.

Come si coccolano i clienti importanti?

LA DIFFERENZA LA FANNO LE PERSONE, L'ATMOSFERA, I RAPPORTI UMANI. NON PUÒ MAI MANCARE IL SORRISO

PALAZZO SCANDERBEG

SAPER RISPONDERE A OGNI DOMANDA

MARINA TOTI SEGUE DA A.D. I TRE ALBERGHI ROMANI DELLA FAMIGLIA: IL VISCONTI PALACE HOTEL VICINO A SAN PIETRO, L'HOTEL CAPO D'AFRICA AL COLOSSEO E IL NUOVO PALAZZO SCANDERBEG, 11 ESCLUSIVI APPARTAMENTI CON TERRAZZO A POCHI PASSI DA FONTANA DI TREVÌ, PIAZZA DI SPAGNA E PIAZZA NAVONA. A Roma la concorrenza è altissima: qual è la vostra filosofia di accoglienza a cinque stelle?

Noi come imprenditori abbiamo voluto creare tre diverse realtà per rispondere alle diverse esigenze dei clienti, anticipandole con prodotti e servizi dedicati. A Palazzo Scanderbeg abbiamo puntato su quello che si è dimostrato il fattore vincente negli altri due alberghi: il servizio. I nostri ospiti sono coccolati al di sopra di ogni aspettativa, ancor prima del loro arrivo, nel rispetto della privacy e della discrezione. Il





SULLE DOLOMITI
Il Grand Hotel Savoia di Cortina
D'Ampezzo ha riaperto nel 2009

Come tutti i clienti: con il sorriso. Un cameriere può sbagliare posata al tavolo, ma non può permettersi di mancare un sorriso, mai.

La differenza, quando si lavora con standard altissimi, la fanno le persone, l'atmosfera, i rapporti umani.

Chi sta rovinando la festa del turismo di lusso in Italia?

I nostri concorrenti sono gli austriaci, che stanno crescendo velocemente con strutture di grande prestigio, nuove e attrezzate.

Cosa manca al Veneto per rispondere?

Qui, come altrove, servono infrastrutture e strade.

conciierge è disponibile 24 ore al giorno, assieme al maggiordomo e allo chef a domicilio su richiesta. I vip vogliono essere seguiti e indirizzati, cercano esperienze uniche per vivere la città vera. A volte prendono persino l'autobus e vanno a fare la spesa al mercato di Campo de' Fiori, scelgono la verdura, chiacchierano con gli ambulanti e poi tornano nei loro appartamenti a Palazzo Scanderbeg, tutti con cucina, sperimentando un piatto della nostra tradizione. E questo è il nostro lavoro.

Chi sono i clienti più alto spendenti?

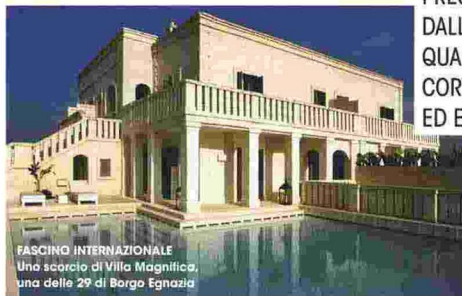
A Roma sono gli americani, il mercato di riferimento per noi e per le strutture al top: sono anche i più socievoli e quelli con i

BORGO EGNAZIA

ALLA RICERCA DI ESPERIENZE

ALDO MELPIGNANO È AL TIMONE DEL GRUPPO DI FAMIGLIA CHE HA INVESTITO IN BORGO EGNAZIA, IL RELAIS ELETTO HOTEL PIÙ BELLO AL MONDO DA UN NETWORK INTERNAZIONALE DI LUXURY TRAVEL, CHE HA SEDOTTO ANCHE MADONNA E FATTO DA SCENARIO ALLE NOZZE DI JUSTIN TIMBERLAKE E JESSICA BIEL. LA STRUTTURA CONTA 29 VILLE IN TUTTO, CIASCUNA DELLE QUALI ESTESA SU UNA SUPERFICIE DI 250 METRI QUADRATI, TUTTE DOTATE DI GIARDINO E PISCINA PRIVATA.

«Oggi la parola magica è una: esperienze. Gli ospiti di una certa fascia vogliono provare esperienze uniche e tagliate su misura, qualunque esse siano. Quello da cui non si può prescindere, però, è offrire qualità, cortesia ed empatia tramite persone formate ad accogliere le esigenze della clientela internazionale. La ricetta del



FASCINO INTERNAZIONALE
Una scorcio di Villa Magnifica,
una delle 29 di Borgo Egnazia

turismo di alta gamma non esiste, perché le persone benestanti non sono tutte uguali e certo non sono solo e sempre a caccia di movida e champagne. Ciò che rimane immutato è la ricerca del benessere, anche attraverso nuove forme sempre più profonde e mirate all'energia interiore e all'equilibrio tra corpo e spirito. Per gli amanti dell'avventura i trend più interessanti riguardano la proposta di esperienze autentiche e indimenticabili a contatto con la natura, spesso in contesti incontaminati e ancora selvaggi.

L'Italia è sempre un sogno per tutti, con grandi potenzialità e su cui c'è molto da fare: parlando di

IN OGNI CASO NON SI PUÒ PRESCINDERE DALL'OFFRIRE QUALITÀ, CORTESIA ED EMPATIA

Puglia, è il momento di lavorare per il consolidamento dei mercati europei e la crescita dei flussi dagli Stati Uniti. Interessante sarà l'apertura ai nuovi mercati (Australia, India, Cina e Paesi arabi). Perché il business c'è e bisogna cavalcarlo. Quest'anno, per esempio, abbiamo registrato oltre 80 mila

presenze, con una previsione di oltre 95 mila ospiti alla fine del 2016 (+10% sul 2015). Abbiamo una occupazione media su base annua del 60%, un dato importante visto che la nostra struttura è aperta tutto l'anno. L'obiettivo? Crescere ancora puntando sulla destagionalizzazione».



BISOGNA ESSERE SEMPRE PRONTI A SODDISFARE ANCHE LE RICHIESTE PIÙ DIFFICILI

quali è più facile interagire. I vip italiani sono i più educati e colti.

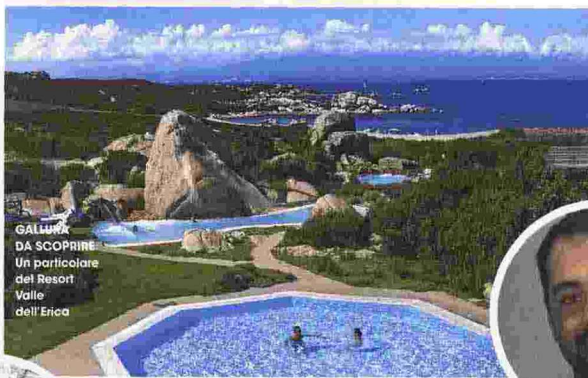
Il sogno che neppure i soldi riescono a comprare?

Una volta un ospite ci ha chiesto di fare jogging al Colosseo: impossibile per chiunque. Per il resto siamo pronti a soddisfare anche le richieste più difficili, come quella volta che un americano voleva fare un beach party in terrazza e noi gli abbiamo ricreato la spiaggia. Poi ci sono i "nuovi ricchi" che arrivano a Roma per la prima volta e chiedono una camera "vista oceano", o se l'albergo è vicino alla Torre di Pisa. La risposta è "no", ma bisogna saper dirlo con classe.



NELLA CAPITALE
Il terrazzo
dell'Hotel Capo
d'Africa e (in
basso) Palazzo
Scanderbeg





**GALLURA
DA SCOPRIRE**
Un particolare
del Resort
Valle
dell'Erica

DELPHINA HOTEL & RESORTS VALORIZZARE IL TERRITORIO

LIBERO MUNTONI È DIRETTORE COMUNICAZIONE E MARKETING DI DELPHINA HOTEL & RESORTS, IL GRUPPO ALBERGHIERO SARDO CON TRE 5 STELLE, QUATTRO HOTEL 4 STELLE E UN ESCLUSIVO RESIDENCE NEL NORD SARDEGNA, TRA LA COSTA SMERALDA, L'ARCIPELAGO DI LA MADDALENA E IL GOLFO DELL'ASINARA.

«Si sta affermando una nuova concezione di lusso in cui è sempre più importante vivere la vacanza in totale libertà, senza eccessivi formalismi. Anzi, l'esclusività coincide con la possibilità di trascorrere le ferie direttamente sul mare a contatto con la natura. Un viaggio, però, è un'esperienza che va oltre la bellezza delle spiagge e la trasparenza dell'acqua e passa anche attraverso la cucina, le tradizioni, le attività che è possibile vivere dentro e fuori la struttura, per appagare tutti i sensi e cogliere l'essenza di quei luoghi. Oggi in Sardegna ci sono due modi di vivere la vacanza: si può



SIKELIA

IL BELLO ESSENZIALE

SIKELIA È UN RESORT DI RAFFINATA ESCLUSIVITÀ APPENA INAUGURATO A PANTELLERIA, NELLE ANTICHE DIMORE DI UNA SOLENNE STRUTTURA MONASTICA ARABA. LA PROPRIETARIA È GIULIA PAZIENZA GELMETTI.

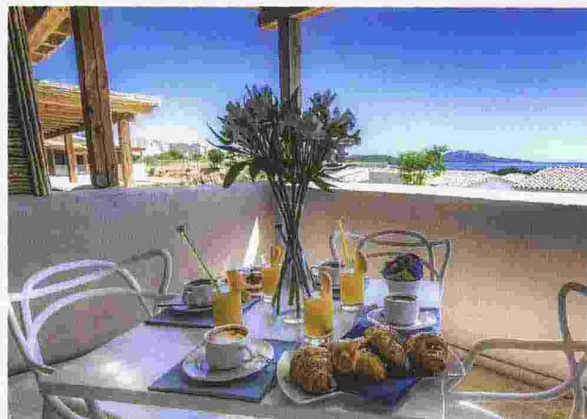
«Il lusso da noi è qualcosa di intangibile, un'ineffabile sensazione che viene da dentro e non si vede, si respira nell'aria, si ascolta nei silenzi infiniti di quest'isola, vulcanica e carica di energie. È un lusso che si raggiunge fogliando e non sommando, fatto di meditazione, di tempo ritrovato. Il nostro ospite è chi ha girato tutto il mondo e ammirato le magnificenze di tanti alberghi superlusso, ma cerca qualcosa in più e lo trova sottraendo: dal superfluo al bello essenziale, dalla tensione di troppi impegni alla calma leggera del mare e della brezza». Insomma, tutt'altro rispetto alla visione di Briatore? «Qui il lusso è nascosto e senza tempo, così come la nostra isola dove i sensi sono avvolti da una natura ruvida e selvaggia e il tempo scorre lento come nell'Africa più vera. Un lusso unico

e intenso come profumi di Pantelleria, il nero delle sue rocce vulcaniche, i sapori autentici della nostra cucina».

**C'È ANCHE CHI, CERCANDO
QUALCOSA IN PIÙ, LO TROVA
PER sotTRAZIONE**



**PACE
DEI SENSI**
Linearità
e tempo
ritrovato
al Sikelia
Resort



PARADISE RESORT & SPA

PERSONALE A CINQUE STELLE

IL PARADISE RESORT & SPA, 111 CAMERE E SUITE IMMERSO NEL PARCO NATURALE DELL'AREA MARINA PROTETTA DI TAVOLARA (OT), VANTA DUE PISCINE CON SOLARIUM E UNA SPIAGGIA PRIVATA ATTREZZATA A LU' IMPOSTU, CONOSCIUTA PER LA SUA FINE SABBIA BIANCA E IL COLORE CRISTALLINO DELL'ACQUA. DOPO LA REALIZZAZIONE DEL CENTRO BENESSERE E FITNESS, APPENA ULTIMATO, E DEL NUOVO SUNRISE BAR REALIZZATO CON ELEGANTI ARREDI RODA, IL PARADISE RESORT & SPA OGGI PUNTA IN ALTO SOTTO LA GUIDA DEL GENERAL MANAGER LUCA CAGLIERO.

I ricchi sono ricchi tutti uguali, come sostiene Briatore?

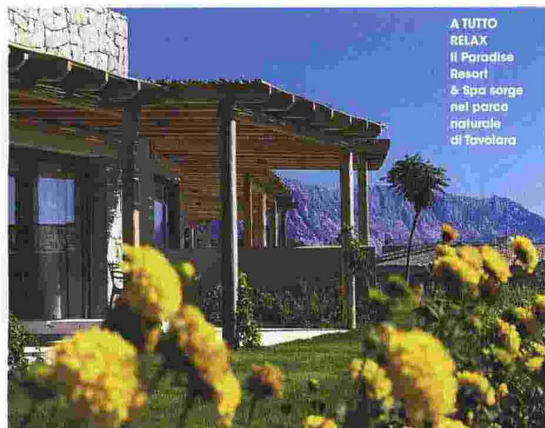
No, perché non è solo una questione conto in banca. La percezione del lusso è soggettiva, si è ricchi in maniera differente. C'è chi lo è alla Briatore e chi no. Per questo ritengo che il nostro sia un lavoro difficile, ma affascinante: per servire al meglio un cliente devo conoscerlo e aprire un dialogo sincero con lui, ma ho poco tempo a disposizione. Anche se l'average



decidere di soggiornare nel grande villaggio del tour operator, oppure venire da noi e vivere un'altra dimensione, un'altra esperienza di vacanza. Sono due cose diametralmente opposte. Noi siamo galluresi e quindi conosciamo la nostra terra: questo ci ha permesso di scegliere i luoghi più belli e di pianificare uno sviluppo delle strutture nel pieno rispetto dell'ambiente, perché sono convinto che lo sviluppo a lungo termine di una struttura sia profondamente legato alle potenzialità del territorio in cui è inserito. I turisti di alta gamma cercano una vacanza di qualità e con una forte componente esperienziale, vogliono conoscere il meglio di questa terra e gli angoli più esclusivi. Noi lo facciamo con ufficio escursioni Delphina, una

ESCLUSIVITÀ È APPAGARE TUTTI I SENSI E COGLIERE L'ESSENZA DEI LUOGHI IN CUI SI SOGGIORNA

floata di barche di proprietà, otto strutture a 4 o 5 stelle tutte con un carattere e uno stile diverso, per soddisfare le esigenze degli ospiti. In Sardegna abbiamo la percentuale di 4 e 5 stelle più alta d'Italia, ma non tutte sono all'altezza delle aspettative. La differenza, quindi, sta tutta nella qualità e questo vale anche per noi. Il nostro gruppo, che già fattura quasi 60 milioni, punta ad avere tutte le sue strutture tra le prime 20 in Sardegna entro il 2018.



A TUTTO RELAX Il Paradise Resort & Spa sorge nel parco naturale di Tavolara

stay da noi è dieci giorni, tutto si gioca all'inizio, quando bisogna instaurare un rapporto di fiducia.

Qual è il peccato veniale, o capitale, del turismo in Sardegna?

Siamo conosciuti per il sole e il mare, mentre avremmo da offrire molto altro, natura, sport, cultura, allungando così la stagionalità. Siamo tra le mete più sognate, eppure se in ottobre uno volesse venire qui in aereo troverebbe più voli per Mosca. Abbiamo un territorio meraviglioso, ma non ci sono strade per arrivarci.

Cosa manca per raddrizzare la china?

Un progetto unico, un'idea forte, condivisa da imprenditori e giunte comunali e provinciali.

Come si rilancia, dunque, il turismo in Italia?

Serve lungimiranza da parte delle istituzioni, a partire dalle giunte comunali e provinciali.

Perché non dobbiamo aspettare che sia

l'Aga Khan di turno a costruire strade e aeroporti, come è avvenuto in Costa Smeralda, un progetto bello ma rimasto isolato. No, oggi serve una seria collaborazione tra privato e pubblico.

MARCO MILOCCO

VALUE FOR MONEY ANCHE PER I VIP



MARCO MILOCCO, UNO DEI TOP MANAGER ALBERGHIERI IN ITALIA, HA RICOPERTO RUOLI DI PRESTIGIO IN COMPAGNIE DI LUSO, NAZIONALI ED INTERNAZIONALI, DA CIGA HOTELS A STARWOOD, DA VENEZIA A FIRENZE, DALLA COSTA SMERALDA ALLA TOSCANA CON CASTIGLIONE DEL BOSCO, PASSANDO PER ROMA CON L'HOTEL D'INGHILTERRA E LE ALTRE PROPRIETÀ ROYAL DEMEURE. OGGI È CONSULENTE DI MANAGEMENT E PARTNER DI IMAGINE COMMUNICATION, AGENZIA SPECIALIZZATA IN COMUNICAZIONE E MARKETING DEL TURISMO ALTO DI GAMMA.

Cos'è che manca in Italia: i turisti o gli alberghi di lusso?

Manca una definizione di lusso che non sia il mero conteggio delle cose che si possiedono. Mi spiego: oggi per ottenere le 5 stelle basta raccogliere i punti necessari in base alle regolamentazioni provinciali e regionali. C'è lo sgabello in bagno? Un punto. Manca? Allora niente stelle. Non si può definire il lusso con un punteggio matematico. In un 5 stelle bisogna prestare attenzione ai dettagli, anche al materiale con cui sono state intessute le lenzuola. Altro esempio: il room service. È un must e tutti ce l'hanno, ma chi bussa alla porta? Un cameriere con il vassoio in mano o un

maggior-domo col guaidon e i bicchieri di cristallo?

Chi è che non potrà mai alloggiare in un 5 stelle?

Tutti possono, non esistono clienti di serie A e di serie B. La differenza è che il cliente alto spendente si aspetta maggiore "value for money" e non si accontenta facilmente.

L'Italia è tra le mete preferite

dei "nuovi ricchi". Cosa chiedono all'offerta di alto livello?

Non si possono fare generalizzazioni perché ogni ospite è diverso da tutti gli altri, ma esistono differenze culturali. I cinesi, per esempio, sono quelli che oggi hanno un potere di spesa tra i più elevati, eppure le loro aspettative sono molto basse. Non sanno scegliere il lusso, perché forse ancora non lo conoscono e devono imparare a fare il salto di qualità. I tedeschi invece sono attentissimi, hanno il timore di prendere una fregatura e selezionano la struttura solo dopo aver avuto conferma della sua eccellenza, anche attraverso social network e passaparola. Durante il soggiorno si rilassano solo quando hanno la certezza di aver fatto la scelta migliore.

Cosa manca all'offerta alberghiera di lusso in Italia?

Quando si lavora ad altissimi livelli, bisogna trovare quel qualcosa in più che fa la differenza. Un esempio: in Piazza Duomo a Monza, in un palazzo del '600, sta per aprire un 5 stelle di nuova concezione, con 20 suites servite da un maggiordomo e un ristorante, il Tea Rose Deli, con cucina vegetariana a prova di gourmet. L'idea è innovativa e si tratta della prima "casa-albergo" di lusso in Italia.

Cosa ne pensa, in definitiva, delle affermazioni di Briatore?

Ha sempre fatto provocazioni molto forti, ma devo dire che nel caso della Costa Smeralda non sbaglia: i ricchi sono come li ha descritti. Però, basta spostarsi a Portofino, a Forte dei Marmi o a Capri e lo scenario cambia.