

RAPPORTO WEEKEND

La concorrenza alle catene internazionali è guidata da Aldo Melpignano, di Borgo Egnazia

UN'ESTATE TRICOLORE

I grandi hotel dove «resiste» l'ospitalità italiana

TESTI DI
ROBERTO COPELLO

Non solo storia, arte, natura, clima, gastronomia, design e... wi-fi gratis. Ad attrarre i turisti stranieri in Italia sono cordialità, calore, l'idea di poter fare un'autentica esperienza italiana. Spesso solo uno stereotipo nella loro testa? Comunque, un valore aggiunto nella proposta della penisola. Valore da tutelare, con gli hotel italiani nel mirino delle catene internazionali. Lode dunque a chi, resistendo a invasioni e standardizzazioni, fa dello stile italiano un punto di forza. La palla in campo l'ha lanciata Aldo Melpignano, patron di **Borgo Egnazia**, il villaggio pugliese a 5 stelle ora al centro del mondo come sede del G7 dei Grandi, quando un anno fa ha costituito un gruppo di gestione, Egnazia Ospitalità Italiana (egnazia.com), per competere con le catene in-

ternazionali. Linea su cui si muovono tanti gruppi italianissimi o alleati per necessità con partner stranieri, tutti però decisi a innalzare la bandiera della qualità tricolore.

Authentic Italian Vacanza è, per esempio, lo slogan con cui il gruppo **Mangia's** (fresco di certificazione Great Place to Work e di rebranding dedicato ad Antonio Mangia, fondatore nel 1973 di Aeroviaggi) propone i suoi 13 resort e MClubs sulle spiagge di Sicilia e Sardegna, con il fresco restyling delle splendide strutture di Brucoli, sotto l'Etna, e di Santa Teresa, in Gallura (mangias.com). Ma il calore italiano, si sa, è di casa in Romagna: un'arte che il **gruppo Ricci** tramanda a Cesenatico da ben 70 anni, coccolando le famiglie quattro hotel vista mare, luminosi, rinnovati e certificati green (riccihotels.it). In zona, **Lindbergh Hotels**, il gruppo fondato dall'ex patron di Eden Viaggi, Nardo Filippetti,

sbarca a Rimini portando l'esperienza domotica del nuovo marchio **Homie Hotel**: si fa tutto con l'app dedicata, senza passare dalla reception (lindberghhotels.com). Nuovo brand e attenzione alla tecnologia anche per **RHC Group**, ex Ragosta, che punta su strumenti di IA per gestire i suoi quattro scenografici hotel, tutti di design contemporaneo: Palazzo Montemartini Rome, La Plage Resort Taormina, Hotel Raito e Paradiso Relais a Vietri sul Mare (ragostahotels.com). Infine, guidare gli ospiti alla scoperta delle «hidden gems» del territorio è da sette decenni la missione di **FH55 Hotels**: compito facile, in teoria, avendo tre hotel a Firenze e uno a lato del Colosseo (fhhotelgroup.it).

Quanto conti lo stile italiano lo dimostrano pure i gruppi nostrani in cui sono entrati fondi stranieri. Come **IHC**, che aggiorna il portfolio di trattamenti nei suoi wellness resort toscani unendo le proprietà del fango termale con quelle

dell'olio d'oliva, a Grotta Giusti, o dei cristalli di sale caldi, a Fonteverde (italianhospitalitycollection.com). O come **Bluserena**, brand italianissimo anche se di proprietà spagnola, che alza la proposta sportiva nei suoi 12 resort al mare: famosi campioni di scherma, ginnastica, tennis e basket sono i coach nei quattro hotel della Ethra Reserve, in Puglia, e a Is **Serenas** Badesi, in Sardegna (bluserena.it). E che dire del magnate taiwanese Nelson Chang? I nove hotel del suo gruppo **Ldc Hotels Italy** sono una dichiarazione d'amore all'Italia, da Palazzo Portinari Salviati di Firenze, nella casa che fu di Beatrice, la musa di Dante, a Palazzo Venart, l'unico di Venezia con giardino sul Canal Grande. Due hotel in cui il massimo della cucina italiana è garantito da chef stellati e stellari: Vito Mollica ed Enrico Bartolini (ldchotelsitaly.com). C'è da stupirsi se mr. Chang sia stato insignito da Mattarella «Grande Ufficiale dell'Ordine della Stella d'Italia»? (riproduzione riservata)



Il resort toscano Fonteverde



Borgo Egnazia, in Salento



All'aria aperta ma con tutti i comfort, così cresce il turismo outdoor

Al mare o al lago, in collina e anche in città, il recente boom delle vacanze all'aria aperta poteva essere momentaneo, legato alle paure lasciate dal Covid. Invece è diventato la normalità. Tanto che il settore outdoor oggi in Italia vale 4,79 miliardi (dati 2023), il 5% del mercato turistico. In crescita sono anche i leader nazionali del turismo open air, come Club del Sole, fondato dalla famiglia Giondi e che oggi propone 23 villaggi per oltre 9mila soluzioni abitative (clubdelsole.com) e come hu Openair, il brand del gruppo Human Company della famiglia Cardini Vanucchi che vanta dieci strutture in Toscana, Veneto e Lazio oltre a una in Lussemburgo (huopenair.com). L'Osservatorio del turismo outdoor, rapporto voluto ogni anno da hu Openair, prevede un'estate 2024 ancora in aumento, a 56,5 milioni presenze (di cui 30 milioni stranieri, soprattutto tedeschi e olandesi). Trainanti sono il Nord-Est e la Toscana, mentre la stagione tende ad allungarsi: ormai ci sono camping in town aperti tutto l'anno. E la richiesta di qualità fa evolvere l'offerta, fra case mobili di design e servizi da albergo a 4 stelle. In particolare, hu openair ha creato una nuova gamma di alloggi di alto livello, la hu stay excellence. Poi ha rafforzato le attrezzature sportive di una struttura già orientata al fitness come il toscano Norcenni Girasole village, unico in Italia a proporre il metodo di allenamento ANTS (Activity, Nature, Training, Sense). E ha potenziato i legami con il territorio con attività, eventi ed escursioni, a smentire che i villaggi siano realtà chiuse in sé stesse.

Non chiamateli camping, insomma. Nuovi



Il Club del Sole Spina, a Comacchio (Ra)

concetti di ospitalità anche per il Club del Sole (clubdelsole.com), con nuovi lodge e suite di design che sostituiscono le mobile home e tre ulteriori villaggi nel portfolio: Tenuta Primero Resort in Friuli Venezia-Giulia, Le Mimose nelle Marche e Adriatico in Romagna. La novità più avveniristica è però il modulo Treeship firmato dall'architetto Paolo Scoglio: una tecnologica «nave sull'albero» che permetterà in futuro agli ospiti di dormire tra i rami (per ora si può solo ammirarlo allo Spina Family Camping Village). Un'idea in linea con il nuovo format di accoglienza Full Life Holidays, con cui Club del Sole vede la natura come un «moltiplicatore» di comfort. Ne è un esempio l'ex Villaggio Pineta di Milano Marittima che, oltre a cambiare nome e a diventare Pineta Beach Village, ha trasformato le strutture con legno, pietra e materiali eco-friendly, combinando design contemporaneo e natura, per meglio godere della pineta e del mare. Novità grazie a cui il Club del Sole prevede una crescita del 10 per cento nel 2024. (riproduzione riservata)

Le chiavi Michelin per scegliere i migliori indirizzi

Chiavi per gli hotel come le stelle per i ristoranti. Quella annunciata in maggio dalla Guida Michelin dopo quattro anni di ispezioni è la novità del 2024, destinata a influenzare come si sceglie e come si percepisce un albergo. Le strutture italiane premiate in base a cinque criteri che vanno dal design al comfort sono 146. La guida già ritiene «speciali» 107 indirizzi con una chiave ed «eccezionali» i 31 a due chiavi. Solo otto però sono gli hotel a tre chiavi giudicati in grado di offrire un soggiorno ritenuto «unico». Le loro tipologie, regioni e proprietà sono assai diverse. Ci sono due aristocratici palazzi veneziani (Aman Venice e Belmond Cipriani), un castello medievale in Umbria (Castel Reschio), una iper esclusiva fattoria vicino a Montalcino (Rosewood Castiglion Del Bosco), due costruzioni da sogno affacciate sul mare di Campania (JK Place Capri e San Pietro di Positano), e infine i rifugi personali che due celebrità hanno aperto agli ospiti: la dimora di campagna dello chef Massimo Bottura nel Modenese (Casa Maria Luigia) e il retreat viterbese dello psichiatra Paolo Crepet, a Civita di Bagnoregio (Corte della Maestà). Tre al nord, tre al centro e due al Sud, dunque. Oppure due in città d'arte, due al mare e quattro in campagna. Se invece si dividono per regioni tutti i 146 hotel premiati con le chiavi Michelin, vince la Toscana (32), seguita da Campania (18), Lazio (17), Lombardia (16) e Trentino Alto-Adige (16). (riproduzione riservata)



La suite Dogaressa dell'Hotel Cipriani, a Venezia