

Nel mondo dell’hotellerie il luxury ha fatto da traino alla ripresa. Abbiamo chiesto ad alcuni professionisti del settore quali siano i reali bisogni di oggi e di domani: dei viaggiatori, di chi lavora nel mondo dell’ospitalità e di chi vive il territorio abitato da esclusive strutture ricettive



Il turismo che verrà

di Elena Cattaneo



La Masseria Torre Coccaro di Savelletri di Fasano (BR) è nata dal recupero di un ex casale fortificato del XVI secolo che faceva parte di una linea di torri di difesa a protezione dai Saraceni. Intorno, gli uliveti ancora più antichi, il frantoio dell’XI secolo, le stalle nelle antiche grotte. Oggi Coccaro è un hotel a 5 stelle di gran charme gestito dalla famiglia Muolo, dotato di tutti i comfort, spa, piscine, ristoranti e Beach Club.



Sono diverse le strategie attuate dalla famiglia Muolo, proprietaria della Masseria Torre Coccaro, nell’ottica del rispetto ambientale: d’altronde, dicono, la gente di campagna ha sempre messo al primo posto la terra, da curare e mantenere per le generazioni a venire. Per esempio, vengono applicate la Dry Agriculture, la raccolta delle acque piovane e il recupero delle acque reflue.

PORTAVOCE DELLO STATO DI BENESSERE DELLE SOCIETÀ, IL TURISMO, dopo l’impennata registrata nel 2023, oggi continua a crescere: secondo UNWTO la previsione per il 2024 è che il turismo internazionale recuperi completamente i livelli pre-pandemici. Avvicinando la lente di ingrandimento ai dati disponibili, rileviamo una crescita esponenziale della curva nel segmento del lusso. Tra il 2020 e il 2024, infatti, la previsione di crescita media del turismo di lusso è del 26% per l’ambito domestico e del 31% per quello internazionale in Italia (dati Enit su stime Statista 2020). Un altro indicatore ci è utile per comprendere la situazione attuale del settore: il portale per la compravendita di immobili nel segmento luxury ha appena lanciato la sezione online Travel & Concierge proprio per rispondere alla crescente domanda di esclusività e personalizzazione, alla luce sia delle più recenti tendenze di mercato, sia delle previsioni emerse nel suo ultimo Osservatorio 2024. Claudio Citzia, ceo di Luxforsale, commenta: “I clienti del segmento luxury manifestano esigenze sempre più orientate alla privacy e alla qualità, con una spiccata attenzione ai dettagli. Elementi di unicità e personalizzazione delle esperienze diventano perciò centrali nella proposta turistica. La nuova gamma di servizi Travel & Concierge ci permetterà di presidiare questo mercato offrendo un trattamento all-inclusive che vada oltre la compravendita di immobili di lusso o gli affitti brevi”. Addentrandoci nelle singole strutture, la prima testimonianza è di Rossana Muolo, di Masseria Torre Coccaro a Savelletri in Puglia, un esempio di 5 stelle lusso attentamente curato grazie alla conduzione familiare. La masseria ha origine da un casale fortificato del XVI secolo la cui torre, imbiancata a calce, faceva parte di una linea di difesa che proteggeva il territorio dall’invasione dei saraceni. Un secolo dopo venne costruito l’Ortus Conclusus, dove tuttora sono in uso gli antichi metodi di irrigazione da vecchi pozzi e canali che sfruttavano la forza di gravità. In seguito, nel 1730, fu costruita la piccola cappella, da allora meta di pellegrinaggio dei pescatori che abitano il borgo costiero di



Savelletri e dove, ancora oggi, si celebra la messa. A proposito del valore della personalizzazione e dell’esperienza per i clienti del lusso, Rossana Muolo ha un’idea precisa: è convinta che il territorio italiano sia già talmente ricco di storia autentica, come dimostra la sua struttura, da non dover esserci il bisogno di crearne di fittizie, magari ispirate all’idea iconica dell’Italia anni ’50 e ’60 raccontata nei film. Rossana insiste, quindi, sull’autenticità, sul lasciare libero il visitatore di interpretarla, ma soprattutto sul legame con l’attualità. Ecco perché lo sforzo di oggi e di domani della Masseria Torre Coccaro è rivolto all’ambiente e alla sostenibilità: “Crediamo nella Dry Agriculture usando acqua il meno possibile per l’irrigazione dei nostri campi, cosa che dona anche un sapore molto più intenso e quasi selvatico alle verdure e alla frutta della masseria. Sfruttiamo le acque piovane grazie alle cisterne, ristrutturata, che fece costruire, già secoli fa, il Marchese Palmieri. Recuperiamo inoltre le acque reflue per l’irrigazione dei giardini e delle colture. E già da molti anni offriamo servizi completamente plastic free”. →



In questa pagina, il boutique hotel Pieve Aldina, del gruppo francese Les Domaines de Fontenille: fa parte della collezione Relais & Châteaux e nasce dalla trasformazione di un ex complesso vescovile del XII secolo. Il progetto è dello studio Pierattelli Architetture di Firenze.

Nella pagina accanto, Casa Brivio, un progetto di ospitalità 'in divenire' nel centro storico di Milano, inaugurato durante il FuoriSalone di quest'anno. Gli interni sono a firma dello studio Matteo Thun & Partners, sotto la direzione dei lavori del project manager Benedetto Fasciana.

TRA GLI ULTIMI LAVORI DELLO STUDIO MATTEO THUN & PARTNERS C'È CASA BRIVIO A MILANO, un progetto di ospitalità 'in divenire' dall'atmosfera residenziale. Casa Brivio sorge nella parte del seicentesco Palazzo Brivio demolita durante un bombardamento nel 1943 e ricostruita nel 1972 grazie all'intervento dell'ingegnere Cetti Serbelloni. Questi realizzò due edifici ispirati al design di Luigi Caccia Dominioni che vennero destinati a uso residenziale. Nel 2022, infine, in occasione del 50° anniversario della ricostruzione dell'ala di via Cornaggia, i cugini Filippo e Alberico Brivio Sforza hanno dato il via al progetto di restyling che ha portato alla nascita di Casa Brivio, inaugurata in occasione del FuoriSalone 2024. Dice l'architetto Benedetto Fasciana, Project Manager di Matteo Thun & Partners: "Nel periodo post-pandemico, la privacy è diventata un fattore fondamentale e sempre più irrinunciabile per la clientela. Oggi è l'esperienza la chiave della nuova concezione del lusso, ciò che rende veramente autentico il soggiorno. Questo concetto, che noi chiamiamo genius loci, ovvero l'anima del luogo, è caro al nostro studio da tanti anni. Il progetto prende forma in funzione e nel rispetto del luogo e non viceversa. In particolare, per quanto riguarda Casa Brivio e la sua relazione con il territorio, il progetto vuole portare il cliente verso un'esperienza locale e autentica che gli consenta di godere appieno la città di Milano. Casa Brivio vorrebbe offrire all'ospite

non una generica esperienza turistica, ma qualcosa di più genuino, per fargli vivere la città come un milanese. Un'ipotesi sul turismo che verrà? Autenticità, luogo e offerta gastronomica sono tutti ingredienti fondamentali per il nuovo lusso". Cavalcando il valore, tipicamente italiano, di poter viaggiare anche nel tempo, ci avviciniamo al progetto di restauro architettonico conservativo dello studio fiorentino Pierattelli Architetture, che ha portato alla trasformazione di un ex complesso vescovile risalente al XII secolo nel nuovo boutique hotel Pieve Aldina, del gruppo francese Les Domaines de Fontenille, parte della collezione Relais & Châteaux. L'obiettivo era di trasmettere ai visitatori di oggi l'identità e la peculiarità di un contesto antico, situato nel cuore del Chianti, quasi immutato nei secoli. "Gli ospiti vogliono luoghi autentici nei quali rilassarsi ma anche imparare", dicono i progettisti. "Luoghi non solo da visitare ma nei quali immergersi, luoghi da vedere ma anche da ascoltare, peculiari e attrattivi da un punto di vista culturale. Nella progettazione ci sono perciò delle differenze rispetto agli anni passati, proprio perché le esigenze della clientela, e di conseguenza quelle del committente, stanno cambiando. Necessari sono gli spazi nei quali vengano privilegiate le esperienze, le emozioni e il benessere. A Pieve Aldina abbiamo ideato ambienti che soddisfano il bisogno di indipendenza, intimi e discreti ma al tempo

stesso improntati alla condivisione e allo scambio, connessi con il paesaggio per quanto attiene ai colori e i materiali, pensati per poter svolgere attività con altre persone. Per Pieve Aldina, così come per gli altri nostri progetti, il genius loci rappresenta il punto di partenza del processo creativo, dal quale prendiamo ispirazione per reinterpretare alcuni temi decorativi, per adattare il luogo al nostro tempo e alle esigenze degli ospiti senza snaturare l'anima dell'edificio e i suoi elementi stilistici". Fabio Serafino, General Manager di Pieve Aldina, dice: "Per quanto riguarda le richieste della clientela del lusso pre e post pandemia, posso affermare che ci sono state evoluzioni significative. Prima della pandemia, questi clienti erano focalizzati principalmente su comfort e servizi di altissimo livello. Oggi notiamo come primaria l'esigenza di vivere esperienze uniche che combinino luogo, cucina, valori culturali e paesaggistici in modo immersivo. Questi viaggiatori cercano autenticità, desiderano connessioni con le destinazioni che visitano, esperienze culinarie e una comprensione più profonda delle tradizioni locali. Progetti come quello di Pieve Aldina, e dei Relais & Châteaux in generale, non solo offrono soggiorni esclusivi, ma si integrano con il territorio, valorizzandolo e promuovendo un turismo sostenibile e rispettoso. La ricaduta positiva è duplice: da un lato si arricchisce l'esperienza dei clienti, dall'altro si genera un impatto economico e culturale proficuo per le comunità locali. Credo fermamente che in futuro il turismo di lusso e super lusso continuerà a prosperare. In futuro gli ospiti cercheranno esperienze su misura capaci di rispondere alle loro esigenze personali, di offrire un legame reale con il luogo. La sostenibilità e il rispetto per l'ambiente diventeranno sempre più centrali, con un crescente interesse per esperienze che minimizzino l'impatto ecologico e promuovano il benessere delle comunità locali". →





È un'oasi di pace nel cuore del Renon (BZ) il Mitterstiller Dolomites Relais, riportato alla luce dopo sei anni di restauro di un maso agricolo del 1470

grazie all'impegno e alla passione di Helene Mur. Qui il concept del lusso cambia pelle, diventa estremamente personale e senza tempo.

IL DELICATO RAPPORTO DELLE STRUTTURE DI LUSO con il territorio tocca trasversalmente le diverse tipologie di ospitalità ed è uno dei valori su cui è fondato anche il Mitterstiller Dolomites Relais, un maso contadino del 1470, sullo scenografico Altopiano di Renon (BZ), portato a nuova luce e splendore da Helene Mur. Anche con lei abbiamo fatto il punto sull'ospitalità di lusso in Italia nel 2024 con uno sguardo al futuro: "Secondo me oggi il cliente che cerca il vero lusso desidera, prima di tutto, semplicità e chiarezza. Il vero lusso significa quiete, tranquillità, silenzio, spazio, generosità e condivisione per quanto possibile sincera con le persone con cui si ha a che fare. Per la relazione con il territorio sono e saranno le strutture piccole e autentiche, ma ben curate, ad avere sempre più vantaggio, perché si inseriscono perfettamente nella vita quotidiana di un luogo senza sopraffarlo. Ritengo che potremo sempre migliorare, ma nel limite della nostra autenticità e della nostra identità. Credo sia davvero importante rimanere sempre fedeli a se stessi per avere successo. Ultimamente vedo nascere tanti posti unici di lusso con prezzi molto alti, direi esagerati: sarà il futuro a dirci se saranno in grado di durare nel tempo". Dal 3 al 7 novembre 2024 si svolge EquipHotel Paris, la principale fiera

internazionale per l'hospitality e il foodservice, fonte d'ispirazione per l'intero settore. Abbiamo chiesto a Béatrice Gravier, General Manager di EquipHotel Paris, il suo punto di vista sul turismo di lusso di oggi: "Dal periodo Covid, la clientela del lusso vuole essere rassicurata e, allo stesso tempo, farsi sorprendere. In breve, cerca sicurezza sanitaria, comfort, arte dell'accoglienza e servizi sempre più personalizzati, ma soprattutto desidera vivere esperienze straordinarie. A EquipHotel organizziamo un 'percorso lusso' per indirizzare albergatori e architetti verso una selezione mirata di espositori, oltre a tavole rotonde tematiche. Il turismo di lusso deve soprattutto essere sempre più vicino al tailor-made: nessun viaggio dovrebbe assomigliare a un altro. Bisogna saper creare l'unico, raro, istante prezioso, soddisfacendo le aspettative del viaggiatore e del buongustaio. Nel 2025 il lusso non sarà più ciò che brilla, bensì lo spazio, il silenzio, la disconnessione, senza allontanarsi troppo da casa. Da qui il successo degli hotel lifestyle situati vicino alle grandi città e pensati come case di campagna, con comfort e servizi da palazzo. Infine, uno degli aspetti chiave in termini di posizionamento riguarda la relazione ambientale e sociale con il territorio: il viaggiatore vuole intuire e sentire l'identità di un territorio". →





FONDATA NEL 2004 A PALMA DI MAIORCA, PURO GROUP È UN CON-
CETTO DI LIFESTYLE DI LUSO con hotel e beach club distribuiti in
Spagna, Portogallo e Italia. “Oasi di felicità” è il claim del gruppo che,
come concept, parte sempre dalla scelta della localizzazione delle proprie
strutture. I Puro Hotels sono situati in palazzi storici, come il 5 stelle
lusso Palacio Can Marqués e il Puro Hotel Oasis Urbano, mentre i club
Purobeach, unici nel loro genere, permettono agli ospiti di godersi loca-
tion uniche sulla spiaggia o su tetti particolarmente scenografici. In oc-
casione dei suoi primi vent’anni di attività, Purobeach è sbarcato in
Italia con due proposte, a Portopiccolo (Trieste) e a Milano. Andrés
Zahinos, General Manager Puro Group, ci parla dell’evoluzione del tur-
ismo di lusso a partire dal post pandemia e condivide la sua visione sul
futuro: “Oggi gli ospiti degli hotel di lusso sono sempre più alla ricerca
di esperienze memorabili adatte alle loro individualità.
Ciò include itinerari su misura che incorporano la cultura locale, menù
personalizzati e attività quali visite guidate private, lezioni d’arte o la-
boratori culinari. La privacy e l’esclusività hanno acquisito importanza:
gli ospiti preferiscono sistemazioni come suite appartate o piccoli bou-
tique hotel di lusso e accesso esclusivo a servizi alberghieri come piscine
private, beach club e spiagge. Il futuro del turismo di lusso è destinato a
una continua espansione, grazie a diversi fattori chiave. L’aumento del-
la ricchezza globale, in particolare nei mercati emergenti, sta creando

una base di clienti più ampia con un reddito disponibile più elevato,
alimentando la domanda di esperienze esclusive e di alto livello. I pro-
gressi tecnologici, come l’intelligenza artificiale, la realtà virtuale e la
blockchain, miglioreranno l’esperienza dei clienti, snelleranno le opera-
zioni e forniranno servizi più personalizzati. Inoltre, il futuro del turismo
di lusso porrà probabilmente una maggiore enfasi sulla sostenibilità e
sulle pratiche etiche, in quanto i viaggiatori di fascia alta sono destinati
a diventare più consapevoli del loro impatto ambientale e sociale, incen-
tivando la domanda di strutture ricettive ecocompatibili e di marchi di
lusso etici. La privacy e l’esclusività rimarranno fondamentali: le perso-
ne con un alto patrimonio cercheranno mete appartate, ville private e
servizi personalizzati che garantiscano discrezione”. Corinna Allmen-
dinger Dabrowski, ceo Red and Square PR Puro Group, aggiunge: “I
clienti del lusso post pandemia sono molto informati, desiderosi di
sperimentare la cultura, la cucina, il paesaggio di un luogo direttamente
e nel modo più autentico possibile. Stiamo assistendo a un aumento dei
viaggiatori che esplorano una destinazione nei suoi vari aspetti, per
esempio le spiagge, gli sport acquatici, il ciclismo, la campagna, le escur-
sioni, l’arte, la cultura, i laboratori artigianali e agricoli, i corsi di cucina,
lo yoga, la meditazione, i trattamenti termali e altro ancora. È ormai
chiaro che il viaggio è un percorso emozionale che offre opportunità di
crescita e sviluppo personale”.



A Palma di Maiorca,
Palacio Can Marqués
è un hotel 5 stelle
lusso di Puro Group
ricavato in un palazzo
di oltre trecento anni.
Nascosto da una
facciata discreta,
accoglie gli ospiti uno
scenografico cortile

interno, unico nel suo
genere a Maiorca.
Il grand hotel è oggi
composto da 13 suite,
una diversa dall'altra,
un ristorante, una
palestra e un giardino
di 200 metri quadri
circondato da palme
e alberi di ulivo.

