

HOSPITALITY: IDENTITÀ, ORIGINALITÀ E SERVIZIO TRASFORMANO UN LUOGO IN UNA EXPERIENCE

12 Agosto 2021



L'AQUILA – "...Vento d'estate, io vado al mare voi che fate, non mi aspettate, forse mi perdo...". In tutta la mia vita, sono sempre stato quello "dell'alloggio alla buona", l'importante è che si parta! Quindi se una volta mi bastava riposare in macchina accanto alla stazione centrale di Milano per poter godere degli eventi del Salone del Mobile, adesso metto tra i "preferiti" posti accoglienti e che mi affascinano di più tra i vari post sui social, sognando di poter vivere quei luoghi tra una pausa di lavoro e l'altra. Anche se poi mi sono accorto che la pausa pranzo non è sufficiente!

Probabilmente occupandomi dei luoghi dell'abitare, ho riscoperto la gioia dell'alloggiare in posti che non siano semplicemente sicuri e puliti, ma che svelino all'ospite la loro intima concezione e raccontino una storia: la loro o quella di chi li ha progettati, o ancora quella di chi magari hanno già ospitato.

Il settore dell'Hospitality, che in era pandemica ha dovuto rivedere e rinnovare molti aspetti focali, già da qualche anno ha concentrato le proprie forze nel coinvolgere l'ospite in un'esperienza più ampia del "semplice pernottamento" o dei servizi correlati. Se nei vari

programmi televisivi osserviamo: prove di stress del personale, il topper in memory oppure la spremuta last minute, in realtà l'evoluzione abbraccia una più ampia offerta di servizio che consente dell'utente di immergersi in un'esperienza più emozionale, suscitata dalla storia o dall'arte.

Mi viene in mente come primissimo esempio l'albergo diffuso "Sextantio" che, da Santo Stefano di Sessanio, ha portato la nostra regione tra le prime a sperimentare questa nuova tipologia di accoglienza, trasportando l'ospite indietro nel tempo e accogliendolo nella dimensione del pastore. Le stanze prive del superfluo riconsegnano l'identità del luogo, lo narrano con i fumi sulle pareti, le coperte abruzzesi e pochi arredi minimali. Tutta la tecnologia è occultata e lontana, come dal tempo che cercano suggestivamente di farci rivivere.

Ho parlato di questa mia fascinazione con **Christian Pizzinini** di Pizzinini Scolari ComunicAzione. Lui, insieme ad **Antonio Lodovico Scolari**, nel 2013 ha creato un luogo speciale: complice l'amore per la Puglia, insieme hanno dato vita ad un interessante progetto di rinnovamento di un'ala di Palazzo Mongiò dell'Elefante, un importante palazzo storico a Galatina, abbandonato da cinquant'anni, facendone non una semplice struttura per l'ospitalità ma un contenitore di arte (adesso passato a nuovi proprietari). Un luogo sul quale vi consiglio di andare a curiosare con attenzione
<https://www.instagram.com/palazzoelfantedellatorre/>.

Durante la nostra chiacchierata, Christian mi ha raccontato di venire da una famiglia ben inserita nel mondo degli hotel e dell'accoglienza e di aver scelto con il tempo di lavorare nel settore da un altro punto di vista: quello della comunicazione.

Il primo aspetto che mi ha descritto è stato legato alla grande occasione per queste strutture, spesso abbandonate, di ritornare ad essere come una volta centrali nella vita sociale ma anche architettonica dei centri in cui si trovano. Occasione sostenuta, per quanto concerne i lavori architettonici, da sovvenzioni per le strutture storiche ed agevolazioni fiscali, quali i bonus ristrutturazione, etcc.

Durante i lavori, come spesso accade sono state riscoperte pavimentazioni e colori parietali appartenenti ad interventi più antichi, che hanno contribuito a restituire l'identità del palazzo anche in perfetta linea con i gusti più contemporanei ed attuali, ad esempio le cementine ed i colori pastello per le pareti.

Christian mi ha parlato di un servizio molto "basic" con stanze minimal, un buon letto ed una piccola piscina sul terrazzo che affaccia sulla città. In realtà l'anima pura degli ambienti è

stata caratterizzata dalla sapiente attenzione nel dècor e nei materiali, dove pezzi di design si alternano all'ottone ed ai cristalli dei corpi illuminanti, le resine e le superfici. È stata utilizzata l'interessantissima Color Collection di Kerakoll, distinguendo così i luoghi, le destinazioni e gli elementi architettonici. Quelli decorativi invece si miscelano senza prepotenza alle opere d'arte scelte.

Il target a cui si indirizzano strutture del genere è quasi sempre quello degli stranieri, meno abituati rispetto a noi italiani a vivere quotidianamente la presenza di un patrimonio architettonico ed artistico; si rivolge anche agli esperti e appassionati del settore dell'interior e del design. Il grande lavoro di comunicazione svolto prevedeva una evento annuale espositivo, in cui l'esposizione da visitabile diventava vivibile per gli ospiti, amplificando l'experience e permettendo di vivere con l'opera d'arte: una notte al museo, il servizio minimal.

Al termine della nostra chiacchierata ho chiesto a Christian qualche suggerimento: lui mi ha spiegato che è importante non arrendersi a strutture preconfezionate dal design e dall'offerta standard e mi ha risposto elencando al posto mio cinque punti fondamentali di cui tenere conto:

1. Identità con il territorio
2. Originalità, da realizzare scegliendo un elemento caratterizzante
3. Servizio
4. Servizio
5. Servizio.

Andrea Iride