

Forum

Turismo di lusso in Sicilia, un binomio possibile?

Questa la domanda alla quale tanti protagonisti della filiera del lusso hanno provato a rispondere al primo forum di Taormina Gourmet, coordinato dal direttore di Cronache di Gusto, Fabrizio Carrera. La voce per brevi ed incisivi interventi è stata data ad albergatori, direttori degli aeroporti, presidenti dei porti turistici, tour operator, imprenditori di società di trasporto, divulgatori culturali.

Ad aprire il forum il Sindaco di Taormina, Mauro Bolognari: “Il primo concetto da chiarire riguarda la definizione di lusso, data troppo spesso per scontata. Esistono tanti tipi di lusso che vanno continuamente rivisitati. Oggi chi è veramente ricco, non fa cose da ricchi, nel senso tradizionalmente inteso. Sono tante le Sicilie da scoprire e le esperienze del lusso da vivere”.

Giovanna Manganaro del Boutique Hotel Monaci delle Terre Nere, Zafferana Etnea. “Negli ultimi anni – ha detto- si è moltiplicato il concetto del lusso. I clienti cercano l’esperienza che emozioni, cercano l’autenticità. Lusso oggi è bere un bicchiere di vino di qualità, al tramonto, dinanzi ad un panorama indimenticabile, immersi nel silenzio della natura. Lusso oggi è fermare nella memoria quel momento”.

Umberto Trani, general manager Therasia Resort, Vulcano. “I brand di alta gamma sono già arrivati nell’Isola. Tuttavia – avverte – noi abbiamo la più bassa percentuale di hotel a 5 stelle sul territorio, nemmeno paragonabile alla Campania ad esempio, e anche il più basso livello di occupati nel settore. Quello che ormai si chiama “effetto wow” bisogna saperlo offrire e per farlo siamo costretti a rivolgerci a risorse umane che arrivano da fuori”.

Dario Ferrante, Ceo di Absolute Sicily Experience Luxury. “Sicilia e lusso è un binomio possibile. Raggiungibile attraverso le eccellenze e ad operatori specializzati. Oggi alle problematiche legate alle infrastrutture si è aggiunta la pandemia, ma ritengo che gli investimenti di importanti catene alberghiere e l’incremento delle rotte aeree, potranno fare la differenza per la ripresa economica. Serve una forte sinergia, tra gli attori coinvolti, e non agire più in modo scomposto e autoreferenziale”.

Salvatore Geraci, Cantine proprietario delle cantine Palari. “Si chiede cos’è il lusso e se è importante fare vini di lusso. Sul Financial Times ho letto un’intervista a Michele Di Grecia, erede del penultimo re di Grecia, che spiegava come il lusso non sia tanto il denaro, ma soprattutto la conoscenza e la ricerca, che sono la chiave per accedere a certi piaceri. In questo senso anche un vino poco conosciuto può rappresentare un elemento di lusso. La Sicilia può offrire proprio questo: dall’entroterra alla costa c’è una Sicilia tutta da scoprire”.

Giuseppe Siracusano, presidente associazione Salina Isola Verde. Ha illustrato il progetto che si sta sviluppando a Salina, un’isola in cui si è deciso di puntare sul lusso e sulla qualità della destinazione. “Abbiamo cercato di uniformare l’offerta turistica con l’obiettivo di incrementarla, avviando al tempo

stesso una indispensabile attività di formazione e di promozione. Questo, nell'arco di alcuni anni ci consentirà di raggiungere importanti obiettivi di sostenibilità nell'ambito di quel lusso esperienziale".

Canzio Marcello Orlando, Ceo di Feedback, motore e anima del Cous Cous Fest di San Vito Lo Capo. "Definire il lusso non è facile- ha detto- pensiamo ai millennial, ovvero a quei quarantenni che guadagnano molto, spendono molto, vengono da Paesi evoluti. Cosa cercano? Il lusso è un concetto relativo, è vivere un'esperienza diversa, costruire un'offerta tailor-made fatta di beni culturali vissuti in maniera diversa, esperienze uniche nelle cantine, in angoli incontaminati, in luoghi straordinari e poco conosciuti come l'entroterra siciliano. Incrementare e migliorare tutto questo, deve essere un obiettivo comune".

Antonio Spera, proprietario di Habitat Boutique Hotel, Catania. "Il lusso in Sicilia – ha detto- è una vittoria facile. Oggi il lusso è vivere un'emozione. Per questo concetto puntiamo al turista con alte disponibilità, ma che abbia una consapevolezza e una particolare visione del mondo, che voglia vivere un'esperienza come un abito sartoriale, creato appositamente per lui. Un'esperienza nel territorio, una stanza d'hotel, la ricercatezza che sappiamo e possiamo offrire".

Mario Zappalà, presidente del porto Marina di Riposto. "L'emergenza attuale riguarda la necessità di innalzare il livello di competenza e migliorare la progettazione nel settore. La Marina di Riposto è un reale punto di approdo del lusso, in ogni senso. Abbiamo necessità di avviare un percorso che ci porti ad incrementare la formazione, perché le aziende sono fatte di uomini."

Piero Benigni, direttore dell'Hotel San Pietro di Taormina. "Mi auguro- ha detto- che proprio da Taormina Gourmet parta un messaggio importante, diretto a chi non ha ancora ben capito quanto sia fondamentale il turismo per la Sicilia. Il lusso non è solo ospitalità ma esperienza: della cucina, del territorio, del vino. Vivere e attraversare l'Isola, spostarsi da Taormina alle Eolie in elicottero o su una bellissima barca. Un sistema che ha bisogno di essere incrementato, intercettato, sponsorizzato".

Doriana Briguglio, tour operator "L'Isolabella". "Se questa domanda mi fosse stata fatta vent'anni fa avrei detto che non c'erano le condizioni. Abbiamo faticato a proporre la Sicilia come destinazione di lusso mentre ora la strada è più semplice. Siamo in una fase cruciale in cui la Sicilia deve capire cosa vuole fare da grande: crescere come destinazione di lusso? Allora vanno cancellate le distonie tra settore privato e pubblico, implementate le infrastrutture, cancellate le montagne di spazzatura che si incrociano per le strade. Bisogna lavorare su tre fronti: educazione alla consapevolezza anche dei cittadini, organizzazione dei servizi da parte delle amministrazioni, comunicazione".

Francesco Diana, Artemis Group Founder Yacht Services, agenzia marittima che accoglie solo grandi yacht. "Il turismo di lusso arriva anche via mare – ha sottolineato- e abbiamo la necessità di incrementare e migliorare queste esperienze uniche. Facciamo una gran fatica a trovare questo tipo di proposta. La Sicilia può fare la differenza col resto del mondo, per il clima, per la cultura, per il cibo. Il binomio Sicilia e lusso, dunque, è possibile. Cosa manca? Il networking e la formazione di risorse umane".

Francesco D'Amico, direttore commerciale Sac Aeroporto Catania. Dal turismo via mare a quello via cielo. D'Amico ha sottolineato l'assenza di competizione tra gli aeroporti siciliani. "La forza della Sicilia è dirompente anche nei singoli territori – ha spiegato - ma bisogna capire che il turismo è un'industria e come tale ha bisogno una mentalità industriale da immettere nel mercato. Lusso e quantità devono procedere di pari passo, come accade nelle Canarie, nelle Baleari o sulla Costa adriatica della Croazia".

Massimiliano Puglisi, general manager Grand Hotel Timeo. "Prima il lusso era sinonimo di esclusività o di sfarzo, ora è molto più accessibile. E' necessario essere uniti e lungimiranti, investire sulle persone e

realizzare il desiderio che una volta espresse un cliente, dicendomi di voler tornare a casa arricchito umanamente”.

Alberto Niero, AD di La Gardere Italia. “La Sicilia può permettersi qualsiasi tipo di turismo, anche quello di lusso. Ma cosa significa lusso? Il lusso cambia da persona a persona, l’importante è soddisfare le esigenze che ogni viaggiatore cerca”.

Alessandro Rostirolla: Ceo Mycopter, società che lavora a livello globale portando in elicottero clienti di lusso che cercano esperienze. “Questi clienti hanno già il lusso in casa propria, quindi per loro il vero lusso è spendere del tempo per loro stessi. La Sicilia può fare tantissimo in tal senso, ma occorre investire nelle infrastrutture”.

Natale Chieppa, direttore generale Gesap Aeroporto Palermo. Che la Trinacria sia meta appetibile lo conferma Natale Chieppa, direttore generale Gesap (aeroporto di Palermo): “Il business aviation ha ottime performances da noi. Basti pensare che in questi tempi la perdita è assestata su -15 per cento mentre altrove è -40 per cento. Ci sono stati momenti a Punta Raisi in cui sembravamo parcheggiatori abusivi con 51 aerei privati parcheggiati nelle piste”.

Mario Faro, proprietario del Donna Carmela Resort e Radice Pura. “Bisogna agire su due fronti- ha detto- aumentare le strutture ed estendere il turismo di lusso all’intero anno e non limitarlo alla stagione estiva. La Sicilia non è solo una destinazione balneare”.

Irene Taormina, cantina Duca di Salaparuta e Florio. Ha spiegato l’importanza di emozionare il turista ma anche di dare vita ad un sistema che unisca le varie parti, “per far sì che il cliente vada via con un ricordo bellissimo di questa terra straordinaria e porti in giro per il mondo la cultura siciliana”.

Renato Maugeri, proprietario dello Zash Boutique Hotel. Il turismo di lusso ha tante facce – ha detto- il turista cerca luoghi dove stare bene, che lo emozionino. E in Sicilia il binomio turismo-agricoltura e turismo eco-compatibile può soddisfare ogni esigenza. Quest’Isola è un continente fatto di enormi biodiversità. La verità è che non è la Sicilia che cerca il lusso ma il contrario”.

Fabio Neri, proprietario di Villa Neri Resort, di Linguaglossa. “Il segreto è la visione- ha detto-. Immaginare ciò che potrebbe essere e realizzarlo. Sull’Etna abbiamo avuto una visione anni fa e oggi siamo tanti i visionari che investono e lavorano qui. Dobbiamo ragionare a venti anni da ora e vendere il nostro prodotto all’estero, nei mercati emergenti”.

Ivo Blandina, presidente del Marina del Nettuno Yachting Club, Messina. “E’ importante- ha detto- capitalizzare la ricchezza dell’Isola. Non basta avere contezza di quanto abbiamo, dobbiamo essere capaci di venderlo e di usare le risorse in maniera oculata e mirata”.

Pinuccio La Rosa, proprietario della locanda Don serafino, Ragusa. “Per me l’impossibile non esiste. A Ragusa abbiamo avuto una visione e ci siamo inventati l’enogastronomia. Oggi la provincia di Ragusa è la capitale dell’enogastronomia siciliana. La valorizzazione della Sicilia in ogni aspetto, per l’intero anno, iniziando anche da percorsi educativi nelle scuole”.

Contatti Ufficio Stampa:

Taormina Gourmet:

Silvana Polizzi Sabino

tel. 328.9455278

Email:ufficiostampa@cronachedigusto.it

Miriade& Partners

Tel. 329.9606793 – 392.0059528 – 392.9866587

Email:ufficiostampa@miriadeweb.it

cronachedigusto.it

The logo for BICA features a stylized crown or floral emblem above the word "BICA" in a bold, serif font.

The logo for FIZZ features the word "FIZZ" in a bold, pink, outlined font. Below it, the word "COMUNICAZIONE" is written in a smaller, black, sans-serif font, flanked by two small pink squares.

COMUNICAZIONE