

TripAdvisor incorona gli alberghi italiani

DA MILANO ANDREA DI TURI

Se per assurdo il rating del nostro Paese dipendesse non dalle fredde analisi prodotte da Standard & Poor's, ma dall'opinione che ne hanno viaggiatori e turisti, nonostante le drammatiche immagini dell'incidente occorso alla Costa Concordia abbiano fatto il giro del mondo, l'Italia sarebbe senz'altro in serie A e lotterebbe per i primi posti. Non solo per il nostro patrimonio artistico e culturale, che si sa non teme rivali, ma anche per le strutture ricettive del Belpaese, capaci di emergere nei confronti su scala europea e mondiale. A dirlo è TripAdvisor (www.tripadvisor.it), la più grande comunità online di viaggiatori al mondo, con la decima edizione del "Travelers'

Choice Award", la classifica che seleziona le eccellenze dell'ospitalità mondiale. Stilata, a differenza di altri riconoscimenti del settore, esclusivamente sulla base delle recensioni e delle opinioni espresse su Internet dai viaggiatori (circa 50 milioni i visitatori mensili del circuito di siti che fa capo a TripAdvisor). Sulle quasi 4mila strutture ricettive segnalate, infatti, distribuite su 30 Paesi, hanno ricevuto premi ben 157 perle dell'ospitalità made in Italy. Le strutture italiane, che hanno raccolto complessivamente 211 riconoscimenti, si sono poi parti-



I direttori dell'Adler Dolomiti

colarmente distinte in alcune categorie. Come Relax & Spa, dove sono italiane addirittura 11 delle migliori 25 in Europa e 6 delle top 25 mondiali: vincitore per l'Italia è risultato l'Hotel Adler Dolomiti spa & sport resort di Ortisei, in Trentino Alto Adige, che coccola i suoi clienti all'insegna del motto "non c'è problema". O come nella categoria Pensioni e B&b, con il bed and breakfast Casa Portagioia di Castiglion Fiorentino (Arezzo), il più votato in Italia, che ha saputo conquistare la quarta posizione a livello mondiale. Ci sono invece spazi di miglioramento per quanto riguarda

tariffe e servizi, dove occorre «dimostrare ai viaggiatori – dice Lorenzo Brufani, portavoce di TripAdvisor in Italia – di saper offrire un'adeguata combinazione di prezzo e servizi di alta qualità». Nel complesso sono 6 le strutture italiane che brillano nella top 25 assoluta riferita all'Europa, capeggiata dalla greca Anastasis Apartments (Imerovigli, Santorini). E due, il Wellness Hotel Casa Barca di Malcesine (Verona) e l'Hotel Villa Ducale, a Taormina, quelle presenti nella top 25 mondiale, dominata da The Phoenix Resort (San Pedro, Belize). Il più alla moda in Italia, invece, è il Best Western Quid Hotel di Trento, preferito dagli utenti per il design moderno e ispirato a un concetto di ospitalità eco-sostenibile.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Turismo È l'albergo più alla moda d'Italia TripAdvisor incorona il Best Western Quid

TRENTO — L'albergo più alla moda d'Italia è il quattro stelle «Best western quid hotel» di Trento. Lo stabilisce una classifica stilata da TripAdvisor, uno dei più importanti siti di recensioni in ambito turistico. Bolzano invece domina la classifica nazionale dei migliori hotel «Relax e spa» con l'Adler Dolomiti spa & sport resort di Ortisei.

L'amministratore delegato della struttura, Luca Boccatto, ricorda che l'albergo fa parte del gruppo «NH» della famiglia Boccatto, con quattro alberghi sotto il marchio internazionale Best Western. Un giro d'affari che complessivamente nel 2011 ammonta a 15 milioni di euro, «ma c'è incertezza sull'andamento del 2012» ammette l'albergatore.



Luca Boccatto

Il Quid è stato scelto come hotel più «trendy» grazie alla particolare attenzione posta su arredamenti, ambiente e nuove tecnologie. «Abbiamo la raccolta differenziata camera per camera — dice il gestore —, una scelta che in questo periodo incontra una sensibilità ambientale crescente da parte della clientela, ma che guarda oltre. Ci sono alcuni governi locali negli Usa che obbligano i loro di-

pendenti a soggiornare solo in alberghi in possesso di certificazioni ambientali». Per ora il Quid raggiunge le «quattro foglioline» secondo un sistema di valutazione interno alla catena Best Western.

Se si vuole cercare l'elemento che distingue il Quid rispetto alle altre strutture, secondo Boccatto, occorre guardare al «modo in cui utilizziamo i giudizi dei clienti, in maniera attiva, trasformandoli in azioni concrete per migliorare il soggiorno degli ospiti». In meno di due anni di vita (a marzo il secondo compleanno) l'hotel ha ricevuto 101 recensioni, 15 nell'ultimo mese. «Ovvio che non sono sempre positive — continua l'ad —, ma la cosa non ci spaventa. Anzi tentiamo di trarre vantaggio dalla buona

gestione di un giudizio negativo: veniamo incontro al cliente che ha espresso disagi e ovviamente rendiamo pubblico questo trattamento, in modo che la pubblicità negativa si trasformi in positiva». Per il Quid la valutazione del cliente è fondamentale: grazie a un sistema di questionari cartacei le valutazioni sul soggiorno arrivano dal 10% della clientela.

E. O.

© RIPRODUZIONE RISERVATA