

PORTOFINO

Un'estate che sembra non finire mai «Affari record, proroga di un mese»

Il Gruppo Langosteria fa slittare al 15 ottobre la chiusura del ristorante: 70 gli occupati in stagione

Edoardo Meoli / PORTOFINO

Una stagione indimenticabile, tanto da essere prolungata di un mese, e la conferma che il borgo e il Tigullio sono sempre un ottimo affare per chi propone turismo e servizi ricettivi di qualità. Così Enrico Buonocore, ceo & founder del Gruppo Langosteria, racconta l'annata da record e anche gli obiettivi di una società che ha 40 milioni di fatturato e che in Liguria ha investito molto su Paraggi, con la Langosteria e i Bagni Fiore, in gestione all'hotel Splendido, il cinque stelle del gruppo che fa capo a Bernard Arnault. «Ma mi fa sempre piacere ricordare che Langosteria è saldamente in mani italiane. Noi gestiamo direttamente il nostro ristorante, che impiega circa 70 collaboratori nell'arco della stagione. I Bagni Fiore, acquistati nel 2021 da Langosteria Holding, sono gestiti invece dall'hotel Splendido del Gruppo Belmond che impiega circa 40 collaboratori nell'arco della stagio-



Due immagini del ristorante del Gruppo Langosteria a Paraggi: dal 15 settembre la chiusura del locale posticipata al 15 ottobre

PIUMETTI



ne» - premette. Inevitabile la domanda sulla stagione, caratterizzata da molte giornate e serate sold-out per i mesi centrali dell'estate: «Nonostante una partenza, nei mesi di maggio e giugno, caratterizzata da un meteo avverso, nei mesi successivi il ristorante ha raggiunto risultati incredibili sia relativamente al nu-

mero di ospiti che alla spesa media sostenuta, permettendoci addirittura di battere il record stabilito lo scorso anno. Settembre è stato molto vivibile dal punto di vista climatico e ci ha fatto venire voglia di prolungare la stagione, di fatti quest'anno chiuderemo il 15 di ottobre». Dunque, mentre altri si sono interroga-

ti sulla necessità di allungare la stagione di un mese, rispetto alla canonica data di chiusura di inizio scuola, Buonocore non ha avuto dubbi e la chiusura è stata spostata al 15 ottobre. Come rispondete alle accuse di chi dice che siete lo stabilimento più caro d'Italia? «Come dicevamo, i Bagni Fiore sono gestiti dallo Splen-

dido e non direttamente da Langosteria. Di certo l'arrivo di Dior con la boutique e la terrazza, nonché gli importanti investimenti sostenuti per il miglioramento delle strutture e dei servizi sia dal Gruppo Langosteria che da Belmond, fanno sì che l'attività abbia raggiunto un posizionamento importante, rivolto a una

clientela luxury che ambisce a questo livello di qualità e di servizi». Portofino è sempre più al centro degli interessi internazionali di grandi gruppi, spesso grandissimo come quelli di Arnault e Bill Gates. Non si rischia di «svendere» il made in Italy? «Si può difendere il patrimonio di turismo e paesaggistico dalle incursioni straniere oppure in un mondo globalizzato è normale. Il Gruppo Langosteria è stato pioniere negli investimenti nel golfo del Tigullio. Abbiamo aperto il nostro ristorante a Paraggi ben 7 anni fa, investendo in prima persona. Noi siamo un'azienda italiana e impieghiamo risorse locali. Crediamo che il nostro lavoro abbia contribuito ad accrescere la desiderabilità di un territorio che già di suo è magnifico». Poi, rispetto alle poche bandierine tricolore piantate nel borgo: «Ci aspettavamo e avremmo auspicato che altri

I Bagni Fiore a Paraggi sono invece gestiti dallo Splendido: 40 i collaboratori

imprenditori italiani ci seguissero, ma ben venga qualunque impresa anche internazionale che investa in strutture e servizi, dando lavoro e opportunità al territorio e attirando sempre più una clientela globale che apprezza e valorizza il patrimonio del Tigullio e italiano in generale». —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La scheda

36 gli operatori nello stand di Regione Liguria al Ttg Travel Experience, da domani a venerdì alla Fiera di Rimini, tra cui Portofino Coast, Liguria Together, Sestri Levante In e Una montagna di accoglienza nel Parco



GLI ALTRI APPUNTAMENTI PROMOZIONALI

- Good Italy Workshop di Piacenza (in corso)
- Buy Mice di Milano (in corso)
- Borsa del Matrimonio in Italia, 20 e 21 ottobre a Roma
- Mice Trade Show, dal 15 al 17 novembre a Venezia
- Ibtm World, dal 28 al 30 novembre a Barcellona

Da domani a venerdì la kermesse del turismo
«È un'imperdibile occasione di promozione»

Riviera al Ttg di Rimini In vetrina i consorzi, ma anche le aziende

L'EVENTO

Elisa Folli
Simone Rosellini

Strutture ricettive e consorzi, ma pure aziende con il loro grado di tipicità, come quella dell'Amaro Camatti o Tossini o il Pastificio Dasso: la Liguria si mette in vetrina al Ttg Travel Experience che si tiene alla Fiera di Rimini da domani a venerdì, «oggi la vetrina più importante per il comparto turistico nazionale, un'imperdibile occasione di promozione e commercializzazione del prodotto Italia verso buyers provenienti da tutto il mondo», co-

me dice Alessandro Sauda, presidente del Consorzio Portofino Coast. Nell'epoca del turismo esperienziale e della diffusa passione per l'enogastronomia tipica, si punta ad una presentazione dove anche i sapori ed i territori più profondi sono in primo piano. «La nostra mission - prosegue Sauda - è quella di far vivere ai nostri ospiti la miglior esperienza turistica possibile, puntando sempre di più su quelle eccellenze dal punto di vista alberghiero, ma non solo, che da sempre caratterizzano la nostra compagine». Alcune strutture socie di Portofino Coast saranno in vetrina già oggi, sempre a Rimini, con il Luxury Workshop, una sorta di ante-

prima dell'evento principale, dove la Liguria, Levante più che mai compreso, brillerà, invece, soprattutto, giovedì, con la conferenza stampa delle 12 dal titolo «La Liguria si racconta attraverso i suoi occhi», promossa dalla Regione e dal Comune di Genova. Qui, ci sarà spazio per la presentazione congiunta di Portofino Coast, Liguria Together, Consorzio Sestri Levante In e Consorzio Una Montagna di Accoglienza nel Parco sul tema «Dal mare ai monti, focus sul sistema del Tigullio». I presidenti delle realtà promotrici ed i sindaci di Chiavari, Borzonasca e Ne parleranno dell'importante sinergia tra costa ed entroterra attraverso la valorizzazione delle esperienze e dei prodotti tipici. Chiuderà l'assessore regionale al Turismo, Augusto Sartori. La presenza del Levante al Ttg è di assoluta qualità, come mette in evidenza il presidente del consorzio Liguria Together Francesco Andreoli: «Tra associazioni, Accademia del Turismo di Lavagna, soci attivi, solo del consorzio ci saranno oltre 150 persone, e quindi la quantità non manca, abbiamo un'alta partecipazione, ma è la qualità la carta vincente. Tra i prodotti che ci riconoscono ovunque, avremo con noi i rappresentanti di tante aziende e prodotti, tra cui Amaro Camatti, Camugin, Basanotto e Barzotto, Nuovo liquorificio Fabrizii val d'Aveto, Tossini, Pastificio Dasso, con catering e servizi a cura dell'Accademia del Turismo coordinata da Stefania Simonetti e Stefano Costa. Siamo onorati - va avanti - di poter fare un incontro specifico, insieme alla Regione Liguria, per noi è un riconoscimento importante». —



Una lezione dei corsi all'Its di turismo di Santa Margherita

PIUMETTI

Santa Margherita: 25 i posti disponibili
Le adesioni si ricevono fino al 21 ottobre

Marketing turistico, slittano i termini per il corso all'Its

IL CASO

SANTA MARGHERITA

È aperta l'ultima, grande, possibilità di iscriversi verso un lavoro in ambito turistico, nel Levante ligure. L'Istituto tecnico superiore del turismo, infatti, ha prolungato i termini per l'iscrizione al prossimo corso in partenza, ovvero quello, già alla seconda edizione, di «Tecnico superiore per la promozione e il marketing delle filiere turistiche e delle attività culturali mediante le nuove tecnologie digitali e i social network». «Il profilo in uscita -

come spiega la scheda sul sito dell'Its, isturismoliguria.it - è un tecnico specializzato che sa promuovere le risorse esistenti sul territorio, ne cura la valorizzazione e integrazione in un'ottica di maggiore attrattività turistica, impiegando in modo consapevole gli strumenti messi a disposizione dalle nuove tecnologie e dalla digitalizzazione ed in particolare i social media. L'obiettivo è puntare su servizi diffusi, implementabili, personalizzabili, replicabili e che possano raggiungere anche il pubblico più giovane». «Sono disponibili, complessivamente, 25 posti - spiega il presidente dell'Its, Aldo Werdin - Devo dire che siamo vicini al

completamento. Ci sono ancora due o tre posti disponibili. Per tentare di completare, abbiamo chiesto alla Regione, e ottenuto, una proroga dei termini per l'iscrizione». Così, c'è tempo sino al 21 per aderire, scaricando la scheda dal sito dell'organismo organizzatore. Il corso, venendo cofinanziato dall'Unione Europea, è totalmente gratuito. Prevede un percorso biennale di 1.800 ore, di cui 800 di stage in azienda. I soci dell'Its, come gli alberghi del territorio o i Comuni stanno divulgando la notizia della proroga, in modo che ce ne sia la piena informazione. Nel frattempo, nelle aule di Villa San Giacomo, nel complesso di Villa Durazzo, si svolgono anche altre lezioni. È giunto al secondo anno il corso per «Tecnico superiore responsabile delle produzioni e delle trasformazioni agrarie, agroalimentari ed agroindustriali», figura professionale che «si occupa della produzione di servizi per la cucina e la ristorazione all'interno prevalentemente delle strutture alberghiere con l'utilizzo di tecniche e tecnologie alimentari innovative 4.0». Si sono chiuse a luglio le iscrizioni al corso da «Tecnico superiore per la gestione di strutture turistico-ricettive», che «garantisce una corretta gestione dell'impresa turistico-ricettiva e contribuisce allo sviluppo del territorio in cui opera attraverso: la definizione e l'implementazione di azioni di marketing e promozione, condivise con gli attori pubblici e privati del territorio, in un'ottica di sistema orientata alla definizione di un'offerta tematizzata e di qualità». —

S.ROS.