

/// INTERVISTA PRESIDENTE DEL GRUPPO LARIO HOTELS

Bianca Passera

13 marzo 2023



«Partecipare attivamente alle iniziative di valorizzazione del territorio in cui operiamo fa parte del nostro Dna aziendale», spiega Bianca Passera, presidente del Gruppo LarioHotels che nei mesi scorsi, a Verona, ha inaugurato VISTA Palazzo Verona, il nuovo 5 stelle lusso della città, secondo albergo della collezione in Italia, dopo VISTA Palazzo Lago di Como.

La famiglia Passera non ha scelto solo di investire a Verona, ma anche su Verona, in particolare nel suo simbolo, l'Arena, attraverso il progetto 67 Colonne. Per quale motivo? Verona è una delle città d'arte più belle d'Italia e attrae milioni di turisti all'anno, l'Arena è un'icona della musica a livello internazionale. Aprire VISTA Verona, dopo VISTA Lago di Como, è una scelta che rientra perfettamente nella nostra strategia di portare l'offerta di ospitalità 5 stelle lusso ad un livello più valoriale e soprattutto in destinazioni dove ancora è limitata, ma che hanno grande attrattività. "Stare vicino" all'Arena, diventando una delle 67 colonne, è grande motivo di orgoglio perché è un simbolo dell'italianità e rappresenta un valore per tutti, cittadini, imprenditori e turisti. Partecipare attivamente alle iniziative di valorizzazione del territorio in cui operiamo fa parte del nostro Dna aziendale: da sempre desideriamo offrire ai nostri ospiti un'esperienza autentica non solo legata al soggiorno in albergo, ma anche a tutto quello che di bello e di buono hanno da offrire Como e Verona attraverso esperienze uniche e mai uguali a sé stesse. Sostenere la cultura, preservare la bellezza, promuovere un turismo di qualità che scopra e rispetti il luogo, mantenendo sempre un approccio responsabile e sostenibile, è per noi fondamentale, ancora di più oggi che siamo Società Benefit dal 2021.

Crede che collaborazioni come questa dovrebbero essere moltiplicate? Potrebbero essere utili maggiori incentivi da parte dello Stato?

Assolutamente sì, viviamo in un paese bellissimo in cui siamo circondati dall'arte, dalla cultura e dalla storia. L'Arena di Verona è un simbolo internazionale e rappresenta un esempio di eccellenza anche nel modo di operare. Sicuramente il moltiplicarsi di iniziative come queste può giovare alla comunità locale e incentivare enti virtuosi a promuovere iniziative ancora più interessanti e innovative.

La cultura che ruolo può avere in un periodo storico così complesso?

Domanda ... difficile una risposta in poche righe ma ci provo. La cultura è un concetto ampio e che non è solo l'arte in tutte le sue forme, ma è anche conoscenza, rispetto per quello che abbiamo, per le persone e per le risorse naturali e tanto altro. Penso che non si debba dimenticare mai, e che sia un valore imprescindibile che chi lo riconosce sia in dovere di trasmetterlo a parole e portando il "buon esempio". Dove c'è cultura, c'è senso civico, voglia di confrontarsi, arricchimento spirituale, elementi essenziali per migliorarsi.

Conoscete bene la nostra città ormai, l'avete "analizzata" prima di sceglierla per il vostro investimento. Cosa servirebbe, secondo lei, per migliorarne e aumentarne l'attrattività?

Innanzitutto, abbiamo trovato una città bellissima, con un centro storico molto curato e di cui ci siamo innamorati noi in prima persona. Verona sta diventando sempre più una meta turistica di richiamo internazionale e certamente l'Arena è un traino in questo. Ma ci sono anche altre eccellenze meno conosciute che fanno di Verona una città di notevole attrattività e che potrebbe essere utile mettere in rete per promuovere itinerari ed esperienze ad hoc.

Come sono andati i primi sei mesi del VISTA Verona e che previsioni avete per la bella stagione?

Sono stati molto positivi: tanto per cominciare Vista Verona ha aperto, ha assunto circa 30 persone ad alta professionalità nei diversi ambiti dell'accoglienza e ha arricchito l'offerta alberghiera della città con un prodotto 5 stelle lusso di standard internazionale e con un'affiliazione certificata a livello globale come Small Luxury Hotels of the World. Da un punto di vista più aziendale, i veri numeri li vedremo in capo al 2023 ma già i primi sei mesi di apertura dello scorso anno ci hanno dato delle belle soddisfazioni come un ADR - la media del prezzo di vendita delle camere - superiore a mille euro e un grado di soddisfazione dell'ospite registrato tramite feedback diretti e indiretti superiore alle aspettative. Resta molto lavoro da fare, ma grazie a un team in gamba siamo partiti con il piede giusto.

Un'ultima domanda: c'è un ricordo, recente o passato, che la lega all'Arena, e che le è rimasto nel cuore? È il senso della riscoperta. La maestosità della Carmen dell'anno scorso mi ha ricordato la gioia di essere in Arena dopo anni in cui per tanti motivi non avevo più avuto occasione di venire.

Francesca Lorandi

© Riproduzione riservata