

## Viaggi

Il turismo d'élite  
parla [russo](#)

**A Capri, Portofino e in Costa Smeralda le suite più esclusive sono tutte per loro**

di Paola Bottelli



Irina ha 15 anni. Alta, filiforme, bionda con occhioni azzurri e ciglia folte, cammina con la grazia di una ballerina classica. È talmente bella che, appena raggiunta la giusta età, potrebbe gareggiare con ottime chance per Miss Universo. Tutta sua mamma, che ha una ventina d'anni di più, con la quale solca sicura la terrazza del ristorante Belvedere, all'ultimo piano della Villa del Parco & Spa, uno dei gioielli del Fortevillage Resort di Santa Margherita di Pula, a 45 km da Cagliari.

Le immaginate sgargianti, scollatissime, con spacchi vertiginosi? Scordatevi quel genere di donna russa con un futuro da Miss: a piedi tra i viali dell'eco-resort cagliaritano, punteggiati da 63mila alberi su 25 ettari di vegetazione mediterranea e piante esotiche, le signore dell'élite – mogli degli oligarchi del gas e del petrolio di Putin e Medvedev impegnate nelle charity, immobiliariste d'assalto che stanno costruendo cubature inaudite sotto l'ala protettrice del Cremlino, ragazzine che studiano a Oxford (mentre i loro fratelli maschi frequentano Eton) – vestono sobri abiti con scollo all'americana di Yves Saint Laurent; tra le mani hanno già la Knot Bag di Bottega Veneta del prossimo inverno e ai piedi sandali con soffici piume di René Caovilla.

Irina – che sfoggia un Piaget tempestato di piccoli diamanti – è arrivata in Sardegna da Parigi, dove era andata per lo shopping, atterrando con l'elicottero di famiglia nella cosiddetta Leisureland del Fortevillage, dove i ragazzini e i loro papà, in tuta e casco integrale, si divertono guidando sul circuito dei go-kart. Con cronometraggio elettronico e bottiglia di Moët&Chandon di prammatica per il vincitore. Irina e i suoi connazionali, in arrivo dalla Russia e dalle altre Repubbliche dell'ex Urss che spesso non sappiamo individuare con precisione sulla carta geografica, ma anche da Londra, dove spadroneggiano acquistando le più prestigiose residenze del Regno Unito, stanno spopolando nel Resort sardo: un'oasi che dal 1998 al 2007 ha consecutivamente vinto il World's Leading Resort assegnato da 167mila agenzie di viaggio del mondo e ha appena debuttato nella Gold List 2008 del mensile Condé Nast Traveller, con sette hotel da 4 a 5 stelle lusso, 21 ristoranti, un centro benessere con 250mila visitatori all'anno. «Quest'estate – dice il managing director Lorenzo Giannuzzi, 48 anni – un ospite su cinque sarà [russo](#), con un incremento del 5% sulla stagione precedente. È il terzo mercato dopo Inghilterra e Italia». Una fascia di clienti per attirare la quale la società di gestione Mita Resort (50% Marcegaglia e 50% Andrea Donà delle Rose) non ha lesinato gli

investimenti nel corso dell'inverno. Obiettivo: innalzare ancora di più lo standard qualitativo. Come? Ad esempio migliorando ulteriormente le suite mozzafiato, tutte dotate di maggiordomo: nella Royal, dove si può sguazzare nella piscina privata del terrazzo, sono stati ospiti David e Victoria Beckham, con seguito di bambini e nannies.

«I russi spendono mediamente il 20% in più delle altre nazionalità», precisa Giannuzzi. E allora ecco la calamita dei big brand del lusso: nella piazzetta centrale è stato inaugurato lo store "Griffe" che vende già le anticipazioni autunno-inverno di Prada e Dolce&Gabbana, Lanvin e Dior, Tod's e Loro Piana, ed è stato tagliato il nastro di un negozio Bulgari. Sempre in piazzetta, è possibile comprare gioielli e orologi di superlusso, da Cartier a Chanel, da Jaeger-LeCoultre a Franck Muller.

Una strategia che punta a incrementare la già alta redditività: nel 2006, il fatturato era di 61,8 milioni, con un margine Ebitda del 38,8%, in pratica più alto di quello dei big player del mondo del lusso, mentre l'anno scorso i ricavi sono balzati a 73 milioni (+18,1%).

Ma l'élite russa non sta facendo il pieno soltanto a Fortevillage: in gran parte dei 5 stelle italiani che fanno incetta di premi in tutto il mondo la musica è la stessa. Al San Clemente Palace Hotel & Resort di Venezia (Turin Hotels International, membro dei Leading Hotels of the World), situato su un'isola privata che si raggiunge in dieci minuti da piazza San Marco, l'aumento rispetto al 2007 è «del 25,6%», dice il general manager Michele Zanconato, 53 anni, che ha accolto Sofia Loren, Spike Lee e il principe del Brunei. «La previsione – aggiunge – è di superare i mille pernottamenti, pari al 2,9% dell'occupazione, ma con ricavi pari al 4,7% del totale. Per questi clienti contano i servizi d'alta gamma a completamento della luxury experience, come le cene gourmet innaffiate dai vini più preziosi, di cui sono veri intenditori. Di recente un ospite del Kazakistan ci ha chiesto di noleggiare due elicotteri per spargere mille rose rosse sopra l'isola mentre proponeva alla fidanzata di sposarlo ».

All'eccentricità sono abituati anche alla Fonteverde Natural Spa Resort di San Casciano ai Bagni (pure membro dei Leading Hotels) in Val d'Orcia, ex dimora storica del granduca Ferdinando I de' Medici. «Un cliente russo affezionato – racconta Leandro Gualtieri, 71 anni, amministratore delegato della Stb, proprietaria anche delle Spa di Bagni di Pisa e Grotta Giusti – ha fatto acquistare un televisore al plasma Bang & Olufsen da 20mila euro e lo fa installare in una delle due suite che utilizza solo come sala video: nell'altra dorme». Anche per Fonteverde la crescita del mercato russo è stata del 7% nel primo semestre 2008. «Abbiamo iniziato a investire a Mosca sei anni fa – aggiunge Gualtieri – e i nostri sforzi non sono stati vani. Certo, bisogna offrire il top, come il trattamento ayurvedico Five senses da 300 euro. Senza dimenticare la tavola, dove dimostrano di avere un'ottima conoscenza dell'enogastronomia italiana e scelgono a colpo sicuro le migliori annate di Sassicaia e Ornellaia».

Tale è la passione per la cucina italiana che molti russi scelgono il Capri Palace Hotel & Spa di Anacapri (5 stelle lusso, controllato da uno degli uomini più charmant dell'isola, Tonino Cacace, e membro dei Leading Small Hotels of the World) soprattutto per il ristorante L'Olivo, una stella Michelin dal 2004, che con lo chef Oliver Glowig propone una rivisitazione moderna dei sapori tipici del territorio. Inclusi i deliziosi bocconcini di sartù che accompagnano l'aperitivo al Bar degli artisti, davanti allo spettacolare tramonto del golfo di Napoli. «I russi – dice Caroline Courteau, director sales & marketing, 29 anni – sono il 5% delle presenze e dei ricavi, con un lieve incremento. Oltre alla cucina sono interessati alla Spa e alle nostre barche: due motoscafi Baia 50 di 15 metri e un veliero di venti metri per escursioni sulla Costiera». Ancora numericamente irrilevante la presenza di russi nel nuovissimo e spettacolare Four Seasons Hotel di Firenze, ricavato dal restauro di Palazzo della Gherardesca e del Conventino su un parco di 5,5 ettari, già ben frequentato da clientela americana, inglese e araba. «Tradizionalmente – spiega il general manager Patrizio Cipollini, 55 anni – il Four Seasons attira nelle varie destinazioni la clientela che già frequenta gli alberghi del brand nel proprio Paese: ora stiamo realizzando due hotel a Mosca e uno a San Pietroburgo che aiuteranno ad attivare il volano anche verso Firenze».