

Ora anche il turismo punta sul metaverso

Il convegno. Delle occasioni offerte dal cyber spazio hanno parlato ieri gli albergatori di Ehma a Menaggio Lorenzo Montagna (già Ad di Yahoo): «Anche voi manager d'hotel dovrete entrare in questo mondo»

MENAGGIO

MARCO PALUMBO

Guardare sempre avanti, cercando di anticipare - con pragmatismo, ma anche con possibilità di ampliare orizzonti e fatturato - un concetto, quello connesso al metaverso, che oggi suona lontano, ma che esempio calzante - su google è in cima ai termini più ricercati.

Il chapter italiano di Ehma - l'European Hotel Managers Association - ha esplorato ieri mattina nell'elegante cornice del Grand Hotel Victoria questo nuovo e affascinante mondo virtuale, grazie ad un relatore d'eccezione come Lorenzo Montagna, già ad di "Altavista", "ViaMichelin" e, non da ultimo, "Yahoo!". Il tutto con la regia del gm del Grand Hotel Victoria, cinque stelle inaugurato lo scorso anno, Marco Montagnani e di Ezio A. Indiani, general manager dell'Hotel Principe di Savoia di Milano e delegato nazionale Italia di Ehma, che conta 400 soci in rappresentanza di 23 Paesi. Sintetizzare concetti come realtà aumentata e, per l'appunto, metaverso oggi è tutt'altro che semplice. La definizione di metaverso, in particolare, passa attraverso tre step ovvero «un nuovo modello di internet con un corpo e un senso di presenza», «un cyber spazio a cui si accede da tutti i device per entrare in mondi virtuali 3D» e «un ambiente dove non si è mai soli».

Lo si potrebbe definire come un mondo dove, attraverso un



Un momento del convegno organizzato al Grand Hotel Victoria di Menaggio SELVA

visore, si riesce a fare ciò che non sarebbe realizzabile nella realtà dentro una sorta di "internet 3.0". Ed è chiaro che un mercato globale come quello dell'hotellerie non può rimanere impassibile di fronte a questo nuovo mondo virtuale che avanza.

«La vostra è un'associazione di manager - ha esordito Lorenzo Montagna, rivolgendosi ai delegati Ehma -. Siete "storytel-

ler". Ognuno dei voi ha storie ed esperienze da raccontare. Usando strumenti come internet o i social è inevitabile che tra non molto anche voi dovrete entrare in questo mondo avanzato. Da soli però non si va da nessuna parte. Per questo è fondamentale, dentro questo nuovo contesto, il ruolo della vostra Associazione. Ci sono aziende, società e fondi di investimento che trasformeranno dentro il

mondo che cambia in un catalogo ancora più bello e accattivante. Pertanto, unendo le forze dal lago di Como a Milano al Cilento - oggi qui rappresentati - non c'è azienda americana che può competere con voi e con quello che esprimete ogni giorno. Il mio invito è a lavorare insieme. La "Silicon Valley" americana - cito questo esempio - non è altro che l'area canturina del mobile spostata sulle nuove tecno-

logie». Il metaverso può essere considerato come la «tecnologia che esce dallo schermo, con cui interagire», anche in ambito turistico. «Con un'app di "Gucci" trovo tutto e acquisto in tempo reale», la chiosa di Lorenzo Montagna. Un modello dunque da esportare anche in questo segmento turistico che poggia su solide radici che fanno il paio con lusso ed eleganza. Il tutto con la ferma convinzione che a



Ezio Indiani



Lorenzo Montagna

fronte anche di questo turismo sempre più globale «giocare d'anticipo ti posiziona subito, entrando negli spazi», ricordando che il percorso va costruito in base ad una precisa strategia, che per questo segmento turistico può essere rappresentata dall'allungamento dei soggiorni, a fronte di una percentuale di occupazione delle camere già di per sé molto elevata.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Un asse strategico tra i laghi di Como e Lugano

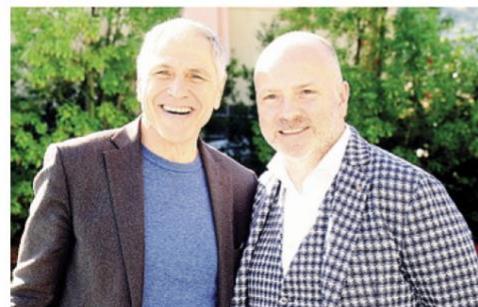
C'è un interesse profondo (e l'attenzione con cui sono stati seguiti i 45 minuti di monologo di Lorenzo Montagna lo certifica) verso il virtuale e il metaverso. La stretta attualità dice che il segmento del lusso ha vissuto una stagione d'oro e la riunione operativa in quel di Menaggio dell'Ehma l'ha confermato, rinsaldando i rapporti tra gli hotel a cinque stelle che si affacciano sui due laghi, il Lario e il Ceresio.

La stretta di mano tra il gm del Grand Hotel Victoria, Marco Montagnani e il gm dello

Splendide Royal di Lugano, Giuseppe Rossi - sotto lo sguardo attento di Ezio A. Indiani, general manager dell'Hotel Principe di Savoia di Milano e delegato nazionale Italia di Ehma - sta a significare che lusso ed eleganza rappresentano un trait d'union che può portare a risultati, ma anche collaborazioni importanti.

«Occasioni come questa, che portano in dote uno sguardo al presente ed uno, altrettanto importante, al futuro ci permettono di confrontarci su diversi punti comuni riscontrati

nel tempo, non da ultimo quello che riguarda una parte della nostra clientela che magari abbinava un soggiorno a Lugano con qualche giorno sul lago di Como o viceversa - le parole pronunciate con il consueto garbo da Giuseppe Rossi -. Ci sono molte sinergie in essere. La frontiera, in questo post pandemia, rappresenta ancor meno una barriera, tenendo conto che un buon numero di ospiti atterra a Milano e così Como e Lugano entrano a pieno titolo in un circuito d'alto livello in cui è opportuno che ci si cono-



Giuseppe Rossi e Marco Montagnani

sca e ci si confronti». Un concetto questo rimarcato anche da Marco Montagnani, che ha svolto al meglio il ruolo di padrone di casa, regalando a Menaggio una vetrina d'alto livello, vista la qualificata presenza di ospiti e relatori dell'arco dei tre giorni. «Soprattutto i viaggiatori un po' più maturi e che hanno già visitato le grandi città sono alla ricerca di nuove destinazioni - la chiosa di Giuseppe Rossi -. Posso confermare, al termine di una intensa stagione, che la pandemia è alle spalle. Le persone si sentono libere di viaggiare e il boom turistico di questi mesi ne ha rappresentato la più limpida conferma».

M. Pal.