

L'ARTE CONTEMPORANEA ENTRA IN HOTEL E LA VACANZA DIVENTA IRRESTITIBILE

Cambio di prospettiva

Il marketing d'albergo incontra uno dei linguaggi meno logici e concreti per un risultato sorprendente. Così l'arte aiuta il turismo a svecchiarsi e gli operatori del settore a offrire nuove proposte di soggiorno ai clienti, felici di poter vivere la vacanza in modo originale e creativo

di **Marco Bernabè***

L'aumento generalizzato dell'importanza del turismo artistico-culturale a cui stiamo assistendo negli ultimi anni è da collegare a un diffuso aumento del livello d'istruzione unito a un cambiamento degli atteggiamenti dei turisti contemporanei, sempre più interessati alla ricerca di viaggi ed esperienze che sappiano coinvolgere aspetti interiori della personalità. La ricerca di sensazioni autentiche si esprime nel desiderio di cercare una vacanza che permetta l'incontro con il territorio, con la sua storia, le tradizioni e l'arte.

La fucina culturale e storica italiana si è sempre mostrata una delle mete preferite per i viaggi artistici e di cultura, ma il marketing ha saputo incontrare l'arte in una dimensione più ristretta, quella alberghiera, riuscendo a creare dei risultati davvero lusinghieri. Dunque, marketing alberghiero e arte si ritrovano alleati per svecchiare e superare le consuete proposte turistiche, ormai globali e standardizzabili a diverse latitudini.

In questo caso specifico il linguaggio dell'arte viene usato come intermediario per parlare di un luogo e della sua peculiarità, sollevando al contempo emozioni e sensazioni diverse e a volte squisitamente indecifrabili. Un'arte lontana dai grandi circuiti dei media e per questo ancora più autentica e intersecata con il territorio che funge da contenuto e contenitore. D'altronde non si può negare

il fil rouge tra arte e viaggio, poiché entrambi sono dei tentativi per superare il movimento lineare di circolarità del tempo attraverso lo spazio. Un modo per evadere, allontanarsi per tornare indietro diversi. Il viaggio come l'arte è un desiderio di farsi coinvolgere e sorprendere, è un cambio di prospettive e una positiva contaminazione.

Questa è la filosofia alla base di Vacanzarte, caratterizzato da una linfa vitale e propositiva di alcuni professionisti della consulenza e dell'arte che vede nell'agenzia di marketing Ideaturismo e nella galleria ArteBocanera i principali promotori. Un gruppo di imprenditori trentini condividono la passione per l'arte e

l'accoglienza e, in modo sinergico, propongono all'interno delle proprie strutture eventi, spunti o opere d'arte. L'ospitalità d'alto livello strizza dunque l'occhio all'arte creando la dimensione perfetta tra relax, comfort ed estro artistico, ricercando una vacanza esperienziale a tutto tondo (arte-gourmet-wellness-activity). Si tratta pur sempre di un approdo su realtà alberghiere consolidate e professionali, che non lasciano nulla al caso, e che vogliono raggiungere la



Sport Hotel Panorama, Fai della Paganella (TN)

soddisfazione del cliente a nuovi livelli dopo averli egregiamente sorpresi sulle dimensioni più "classiche" quali l'accoglienza, il gourmet, i servizi e il wellness.

L'obiettivo principale di questo circuito è quello di conoscere e valorizzare l'arte contemporanea, la cultura artistica e del territorio, tracciando delle interconnessioni tra queste realtà e facendole dialogare tra loro. Ogni rassegna e ogni evento organizzato nasce da un'attenta selezione che si riflette nella scelta di elementi artistici che si riescano a inserire e amalgamare con l'ambiente attorno, si tratti di un giardino, del centro wellness di un hotel, delle stanze o di un maso in quota. È il sottofondo che riesce ad esaltare l'opera e a darle un significato molto più forte.

Dunque un'esperienza di vacanza diversa, che si rivolge agli amanti dell'arte, della musica o più semplicemente a chi possiede senso estetico e ricerca sensazioni e dialoghi. Gli eventi organizzati vogliono ricreare degli spazi di contemplazione quasi privati ed intimistici, a solo appanaggio degli ospiti della struttura, dove è ancora più immediata e diretta l'alchimia di emozioni. Non si tratta di un dialogo difficile e riservato ai soli

"addetti ai lavori", perché spesso un'opera d'arte non cela alcun messaggio, ma vuole semplicemente indagare l'emozione. Si tratta di un'arte diretta, semplice come le cose più belle e sincronizzata con l'ambiente intorno.

E allora, per tornare all'alleanza tra marketing e arte, capiamo come vince chi realizza prodotti straordinari, non comuni e che contengano la potenzialità di persuadere il nuovo consumatore, quello postmoderno,

in un'esperienza emotivamente coinvolgente.

Ma il raggiungimento del successo non prescinde da una modalità di condivisione e di lavoro d'equipe basata sul confronto costruttivo che si dilata poi nell'implementazione del progetto iniziale, fatto proprio e impreziosito dalla condivisione del gallerista, dell'artista, del consulente e dell'albergatore.

Crediamo sia infatti indispensabile la costruzione di un network tra entità diverse che permetta la circolazione del capitale umano (soprattutto le idee) ed economico, che inevitabilmente conferisce maggior respiro e appeal.

L'implementazione di un tale progetto ha obiettivi molto ambiziosi: quello di diventare un punto di riferimento per coloro che amano l'arte nelle sue forme più diverse e che desiderano essere coinvolti e vivere esperienze nuove ogni qualvolta che si rechino in una struttura ricettiva per svago, relax o business, superando la consueta proposta turistica. Un modo nuovo di pensare la vacanza e un modo più leggero per vivere l'arte.



Particolare in una baita dell'Hotel Isolabella, Fiera di Primiero (TN)

* **Consulente Ideaturismo s.r.l.**
Marketing & Consulting (Tn)

itamagazine.it
Il Turismo visto con gli occhi degli operatori

Home Chi siamo Bacheca RSS Feed Contatti Cerca

Visita il sito per le ultime notizie del turismo