

# CAMBIA L'ACCOGLIENZA, NON I VALORI



UN RADICALE RINNOVAMENTO DELLA STRUTTURA E UNA PIÙ RICCA DOTAZIONE DI SERVIZI FANNO DEL LUGANODANTE UN VERO E PROPRIO SALOTTO URBANO PER LA CITTÀ.

**L**a prima novità si presenta già in facciata: via l'«hotel» dall'insegna, ora l'albergo si chiama «LUGANODANTE» e, seguendo un trend sempre più attuale a livello internazionale, si trasforma in un unicum a livello cantonale, proponendosi come vero e proprio luogo dove il piacere di ritrovarsi non è solo un modo di dire. Per la prima volta dal 1981, quando la famiglia Fontana ne acquisì la direzione, l'obiettivo è stato infatti quello di diventare «il» punto di incontro a livello cittadino e territoriale. Carlo Fontana dichiara convinto: «Dovevamo aprirci alla città, non offrire più solo camere e sale per conferenze. Il turista oggi vuole un'e-

sperienza, vivere il locale. Ci siamo quindi rivolti a una società di consulenza internazionale basata in Italia, (Teamwork Hospitality), per studiare il rilancio in ogni dettaglio, dall'aspetto della rinnovata struttura fino alla musica di sottofondo e alle divise del personale». La famiglia Fontana ha dunque scelto con coraggio e lungimiranza di investire ingenti capitali in un progetto non solo capace di scrivere un nuovo capitolo della storia dell'accoglienza e del ritrovarsi a Lugano, ma anche di offrire un modo di guardare al domani con un po' più di ottimismo e dinamismo. Il risultato è innanzitutto una hall interamente ripensata (il progetto di interior design è curato dallo studio Rizoma Architetture), che mira a essere un luogo aperto sia per i turisti che per i luganesi. Spiccano un bar dedicato alla mixologia e una cucina aperta di cui si occuperanno, rispettivamente, i fratelli Simone e Davide

Maci che opereranno sotto il brand «Flamel» e garantiranno un servizio all'insegna della tipicità svizzera: in cucina gli ingredienti derivano da produzioni biologiche di agricoltori ticinesi o svizzeri (e alcuni saranno forniti dal nuovo orto che è stato collocato sul tetto dell'edificio), mentre al bar particolare attenzione sarà data ai distillati di produzione confederata. Il progetto si chiama 98% Suisse. Il restante 2%, è stato spiegato, è riservato a una spezieria che si intende presto aprire nel negozio a fianco all'ingresso dell'albergo.

Particolare attenzione è stata data alle luci (curate dalla lightning designer Chiara Tambellini), che nella zona bar e cucina cambieranno sei volte al giorno a dipendenza della musica e del momento della giornata. Luci che saranno protagoniste anche della rinnovata sala conferenza, ora definita «Creative Box», che sarà caratterizzata da un giardino d'inverno e da un innovativo lucernario sviluppato da una società di San Francisco che riprodurrà l'effetto del sole e della luna, seguendo il ritmo circadiano. Probabilmente si tratta del-



la prima installazione in Europa di questa tecnologia in una struttura dedicata all'ospitalità.

LUGANODANTE ha definito con precisione la tipologia di ospite da conquistare: un cliente cosmopolita che viaggia sia per lavoro che per piacere ma che ama unire entrambe le motivazioni di viaggio; un ospite fedele a simboli e brand con una forte identità; un Mobile First Traveller, che organizza, vive e sceglie la sua vacanza con il proprio smartphone, che ha un'ottima capacità di spesa se trova un ambiente cool e di tendenza, e se può vivere l'hotel come un locale dove poter incontrare persone. Questo cliente ideale è una persona che cerca flessibilità, libertà, orari comodi, servizi su misura, tecnologia smart e semplice da capire, un design funzionale e accogliente.

Il nuovo posizionamento si propone di conquistare una tipologia di target completamente nuova: la popolazione locale, un settore di clientela fino ad oggi parzialmente ignorato. Tutto questo mantenendo in ogni caso tutti i valori della gestione storica dell'albergo: lo stile ospitale, la familiarità, il senso di casa, la pulizia, l'eccellenza, la qualità del servizio, la personalizzazione delle camere, l'accoglienza, la motivazione dello staff.

Ne è nato un hotel nuovo e differente, dotato di aree comuni aperte all'esterno per happening, aperitivi e brunch



durante tutta la giornata, proiettato verso il futuro e in grado di proporre uno stile di viaggio unico, basato su: customization, home feeling, good vibes. Un luogo empatico, estroverso, vibrante punto di riferimento per la vita sociale e culturale della città, attraente per i luganesi, per gli avventori occasionali e, naturalmente, per i turisti.

Mancava a Lugano un ambiente così concepito: un salotto aperto 24 ore, sette giorni su sette.

La ricercatezza del design non si limita alle scelte stilistiche ma esplicita la nuova concezione di Hospitality che il LUGANODANTE rappresenta sulla scena locale. Gli spazi comuni del piano terra sono stati ripensati per accogliere e aprirsi verso la città: la zona d'ingresso si affaccia come una vetrina su piazza Cioccaro, le sedute lounge di design italiano sono racchiuse all'interno di una Garden Room, una stanza le cui pareti sono realizzate da grandi piante e il cui tetto è un gazebo in verde stabilizzato illuminato con delicate luci in vetro soffiato a forma di gemma. Un ulteriore punto qualificante dell'intero progetto è rappresentato dalla cucina, marcatamente a vista dietro una vetrata industriale. Questa scelta porta all'interno del LUGANODANTE una nuova concezione di Alta Cucina, dove il piacere non è solo quello del gusto ma anche della vista della preparazione del cibo. Stessa attenzione che viene

riposta nel servizio e nella scelta dei vini accuratamente selezionati e custoditi alla vista dei clienti.

La nuova configurazione della sala ristorante non segue i classici dettami ma inserisce arredi custom iconici come panche e social table, appositamente disegnati e realizzati per la struttura, mixati con arredo iconico di design.

Il Canton Ticino ha il privilegio geografico di essere al centro di tre delle migliori tradizioni culinarie del mondo: svizzera, francese e italiana e queste influenze rivivono in un menu dove il contrasto tra ricette tradizionali e modernità del concept di ristorazione è di per sé quasi alchemico. Ogni pietanza rappresenta una novità e ogni novità è frutto di studio e ricerca da parte dello Chef Davide Maci la cui caratura internazionale si declina in tutte le sue creazioni culinarie, dalla colazione del mattino alla cena.

Non cambiano i valori, il rapporto con l'ospite, non cambia l'approccio alla persona, non cambia la gestione che hanno consentito all'hotel di diventare il city hotel più apprezzato in Svizzera. Cambia il design dell'hotel ma soprattutto cambia il concetto di accoglienza perché l'obiettivo è quello di soddisfare i nuovi bisogni creati da un mondo in continua evoluzione, un mondo in cui il viaggio diventa sperimentazione e dove la tutela dell'ambiente è un obiettivo non certo secondario. 

