



## Abitalia presenta il Tower Plaza di Pisa

È l'ultimo arrivato nella collezione Abitalia - prestigioso marchio nato dal gruppo Bulgarella Holding - e sorge in una delle zone più prestigiose di Pisa. Non un semplice hotel, ma un complesso architettonico di grande pregio concepito sul concetto del 'vivere in albergo'

Nata nel 2006 dal Gruppo Bulgarella Holding - leader nel mercato dell'edilizia per il turismo che dagli anni '90 si occupa di costruzione e restyling di alberghi e residence di lusso nei business centre più importanti d'Italia - Abitalia gestisce e propone strutture alberghiere di lusso e business in tutta Italia. Dai Resorts accolti da importanti "luoghi della memoria" ristrutturati ed adeguati alle esigenze di una moderna ospitalità e incorniciati da panorami naturali unici, agli Hotels, concepiti secondo i criteri di un assoluto comfort, le cui architetture contemporanee trovano spazio in collocazioni urbanistiche ottimali. Le strutture del gruppo Abitalia, presenti su tutto il territorio nazionale, rappresentano la scelta più elegante ed esclusiva per coloro che vogliono vivere al meglio una vacanza, un viaggio culturale o d'affari, un incontro di lavoro e molto altro ancora. Strutture che rendono concreta l'idea di vivere in albergo, in grado di garantire accoglienza e servizi di altissimo livello e di proporre ai propri ospiti soluzioni personalizzate, dedicate ad ogni singola esigenza. Tutte le strutture Abitalia sono l'espressione originale delle città nelle quali si trovano, dove si può apprezzare sia la qualità dei servizi offerti ma anche l'accoglienza e la disponibilità dello staff Abitalia. Il marchio gestisce già un nutrito portafoglio di prodotti esclusivi, strutture di pregio destinate ad una clientela di fascia medio-alta, come i business hotel 4 stelle di Padova, Bologna e Pisa o i resort di charme in Toscana e Sicilia. Strutture accomunate dall'inconfondibile italian style, che fa del

lusso italiano, della qualità del servizio e dell'accoglienza i propri capisaldi.

L'ultimo arrivato nella collezione Abitalia è il lussuossimo cinque stelle Tower Plaza di Pisa, situato in una delle zone residenziali più prestigiose della città toscana. Interamente realizzato dal gruppo 'Bulgarella Costruzioni' su progetto dell'ingegnere Carani e dell'architetto Ciampa (arredi interni a cura dello studio Pantha di Padova), l'hotel Tower Plaza dispone di 82 camere, 9 junior suites, 3 suites e 27 miniappartamenti nell'attiguo residence, parte integrante del complesso, per un totale di 121 spazi abitabili. Un vero e proprio gioiello di modernità, realizzato secondo i canoni dell'architettura sostenibile. Non si tratta di un semplice hotel, ma di un complesso architettonico di grande pregio, cuore pulsante dell'area urbana in cui si trova. L'hotel è concepito secondo il concetto del "vivere in albergo", il livello dei servizi e i criteri di protezione attuati determinano elevato comfort e assoluta tranquillità, per un'offerta che si articola in soluzioni complete e realmente individuali.

Allo start up della prestigiosa struttura si è dedicato con competenza e passione Andrea Frabetti, già direttore di altri hotels del Gruppo. Un ambiente permeabile grazie alla struttura a vetri che si integra perfettamente con il territorio circostante. In Abitalia Tower Plaza il profilo del complesso della Piazza di Miracoli accompagna l'ospite nei momenti salienti della giornata: dalle sale comuni,

alla reception fino al ristorante e nella quasi totalità delle camere. Una sensazione unica offerta da una prospettiva inedita arricchita dalla presenza di servizi che rispecchiano i massimi standard del lusso contemporaneo. Luogo ideale per soggiorni di medio e lungo periodo, il Tower Plaza di Pisa offre ai suoi ospiti tutto il comfort e lo stile tipico del gruppo Abitalia. La struttura è impreziosita da due piscine all'aperto con idromassaggio e zona solarium, una terrazza panoramica al roof garden con magnifica vista "Torre", una elegante cigar room sono di complemento alla sofisticata struttura. All'esterno, di fronte alla piscina immersa nel verde, un elegante american bar per aperitivi e snacks e cene. L'area Relax, inoltre, dispone di bagno turco, doccia emozionale, saletta massaggi e saletta manicure, oltre ad una completa attrezzatura per il fitness. Fiore all'occhiello dell'hotel è il ristorante 'I Sovrani' che si apre alla città offrendo una splendida vista sulla Torre Pendente e sulla piscina in un ambiente luminoso ed elegante. Il ristorante propone ai propri ospiti menù raffinati, attenti a soddisfare le esigenze più diverse, con una particolare attenzione alla vocazione enogastronomica del territorio, con uno sguardo attento alla realtà enologica della provincia di Pisa.

E.F.

Info: Via Caduti del Lavoro, 46 - 56121 Pisa -  
Tel. 050. 7846444 - Fax 050. 7846445  
[www.abitaliatowerplaza.it](http://www.abitaliatowerplaza.it) -  
[info@abitaliahotels.it](mailto:info@abitaliahotels.it)



## L'hôtellerie in Italia e le possibilità di sviluppo

Le nostre strutture, dai 3 ai 5 stelle, devono essere portate ad uno standard che sia un punto di riferimento anche all'estero per quello che è il 'life style' italiano. E' necessaria un'attenzione maggiore al concetto di qualità: sia degli elementi che compongono il concept alberghiero, sia quella dovuta a una interpretazione dei canoni necessari per il vivere bene

di Gianni Rossi, Architetto

Anche il mondo dell'hôtellerie fa i conti con una crisi economica globale che ha colpito tutti i settori e che faticosamente sta lasciando spazio ai primi timidi accenni di ripresa. Per quanto riguarda la situazione nazionale i problemi di cui il settore soffreva prima dell'inizio di questa crisi sono gli stessi che ravvisiamo oggi. Sicuramente ci ritroviamo con un portafoglio di strutture alberghiere che solo in minima parte è stato ristrutturato e quindi è pronto a raccogliere la sfida del nuovo millennio, soprattutto visto il raffronto con altri paesi dove le strutture, per dimensione e soprattutto per allestimento, hanno un appeal completamente differente.

Il problema dei costi è direttamente legato ai costi nazionali, diversi da quelli nei paesi in via di sviluppo. Ma questo non può condizionare l'offerta turistica, se non parzialmente, ovvero: è ancora un fatto incontestabile che, pur avendo il 70% del patrimonio

artistico del mondo, il turismo del nostro paese soffre al punto di farci scivolare dal primo al quinto posto nella graduatoria internazionale per afflussi turistici. La valorizzazione di questo patrimonio, e soprattutto la valorizzazione del patrimonio turistico - ricettivo, è una condizione sine qua non per aiutare il sistema-paese ad uscire da questa crisi. L'afflusso di valuta che normalmente viene veicolato dalle operazioni turistiche è un aspetto fondamentale per il bilancio del paese Italia. Per favorirlo è necessario ricondizionare tutta una serie di strutture che, costruite negli anni '60 e '70, oggi risentono dell'usura del tempo.

### Rilanciare un 'life style' italiano

L'hôtellerie italiana, che vede un numero estremamente esiguo di strutture a cinque stelle (intorno a 250), un numero più elevato di strutture

a quattro stelle (circa 3500) e una fortissima fetta di mercato di hotel a tre stelle che si aggira intorno ai 15 mila, devono essere portate ad uno standard che diventi un punto di riferimento anche all'estero per quello che è il 'life style'. Per fare questo non è sufficiente sostituire la sedia, le tende, o la moquette; bisogna dare un'impronta, un carattere, un appeal, che oggi le strutture turistiche non hanno. Cosa si intende? Significa che le esigenze espresse dal turista, negli anni '80 e '90, erano notevolmente inferiori da quelle espresse dal turista moderno.

E' chiaro che l'evoluzione della società ha portato a una richiesta di servizi completamente diversa ed è in questo aspetto che noi dobbiamo operare. Portare cioè quello che normalmente risiede nelle case a livello della struttura turistica e soprattutto presentare dei servizi di tipi innovativo che creino quell'effetto di attenzione alla clientela che oggi non



si legge nelle strutture turistiche ricettive. Questo aspetto è fondamentale, perché anche i paesi in via di sviluppo stanno attrezzandosi in questo senso. Ma non avendo un bagaglio storico alle spalle, si muovono secondo degli standard che sono di livello medio - superiore. A parte gli Stati Uniti e altri paesi europei, nel resto del Mondo non si ravvisa questa attenzione e questa proposta di servizi innovativi, se non in casi sporadici. Sicuramente per dimensione della struttura e delle camere e soprattutto per spazi a disposizione dell'ospite, i paesi esteri, frutto anche di costi notevolmente inferiori, hanno dei vantaggi competitivi notevoli sotto questo aspetto. Il nostro sistema turistico alberghiero deve controbattere questa situazione con una serie di servizi che sopperiscano ad una fondamentale mancanza di spazio. Tecnologia e concept devono costituire un unico aspetto in modo da infondere una caratteristica specifica del 'life style' italiano.

### **Necessità di spazi comuni, gli spazi di relazione**

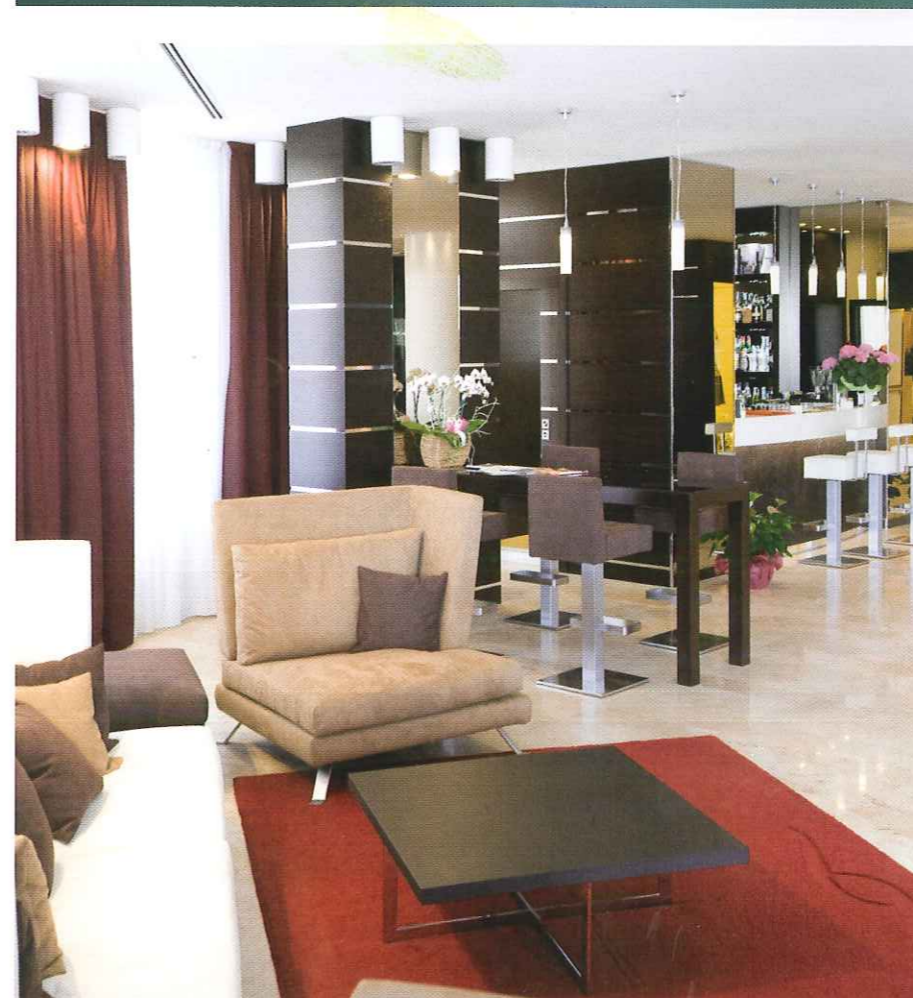
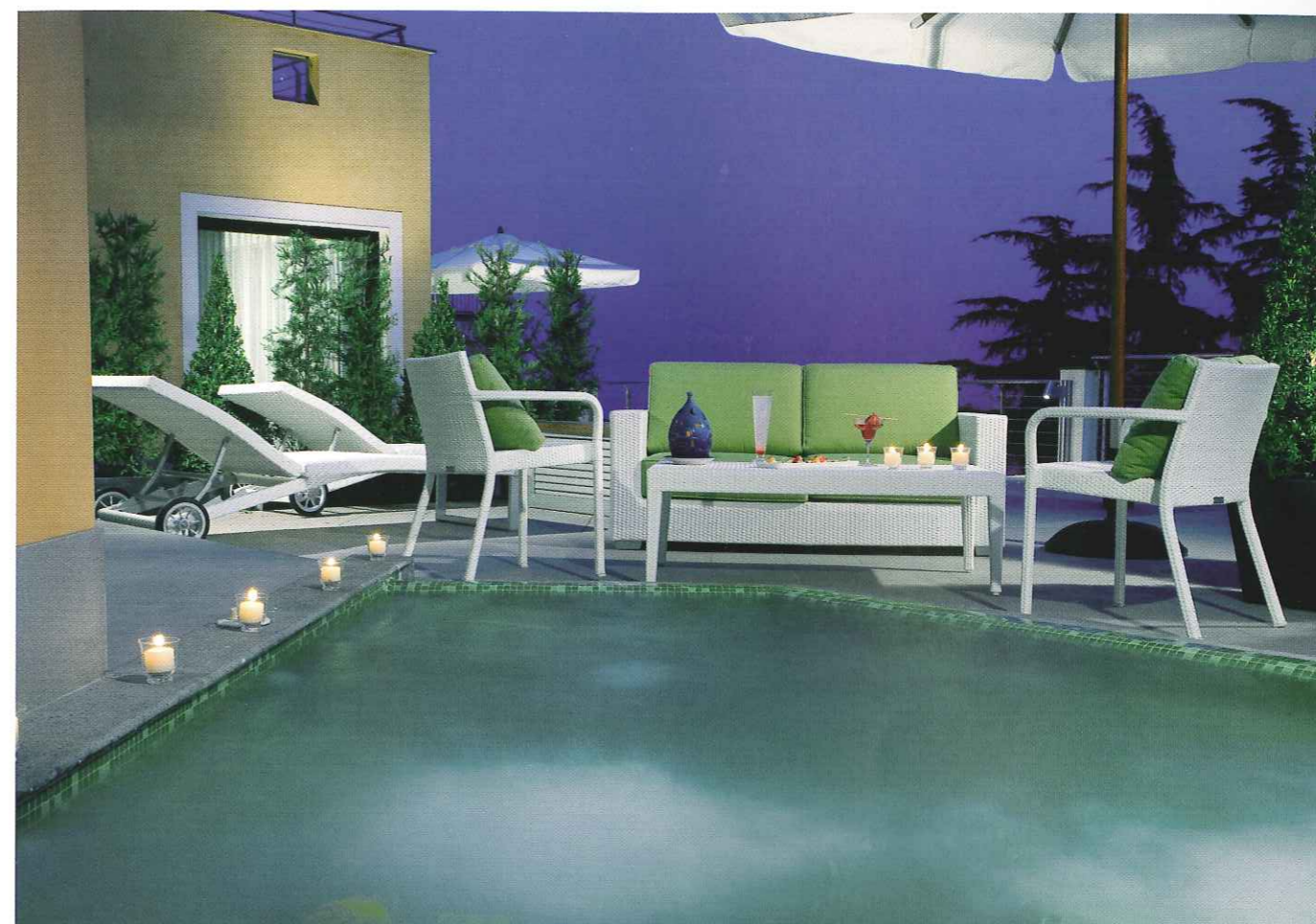
Organizzare è un lavoro sicuramente difficile e da specialisti, quindi non può essere improvvisato, ma deve essere fatto da persone che per competenza e per esperienza siano in grado di interpretare correttamente le esigenze degli ospiti all'interno di una struttura di tipo alberghiero.

Facciamo un esempio: nel momento in cui si ha a disposizione poco spazio, l'interno della camera deve essere organizzato in maniera che ci sia più spazio possibile all'ingresso in modo da poter far manovrare l'ospite in maniera corretta e tutto sia a portata di mano. Negli spazi comuni, lo spazio di relazione è assolutamente indispensabile perché e sacrificarlo significa sacrificare la comunicazione umana di cui noi tutti abbiamo bisogno. Le nuove tecnologie ci hanno portato a utilizzare con maggiore frequenza e-mail, sms, e vari strumenti che interrompono la comunicazione verbale faccia a faccia, delegando all'oggetto quello che è il nostro pensiero. Questo deve essere superato nella struttura alberghiera, soprattutto nelle aree comuni dove dobbiamo ritrovare quell'appeal, quell'afflato che ci fa comunicare con i nostri simili e ci permette di scambiare esperienze. In fin dei conti è un tornare ai principi del turismo ante litteram: arricchirsi di nuove esperienze in paesi diversi, conoscere nuove culture, diverse per modi di muoversi, di lavorare, di vivere i costumi. Il turismo nasce dall'esigenza di calarsi in una realtà che non è la nostra. Gli spazi comuni, all'interno di una struttura alberghiera, sono depositari proprio di questa funzione: mediare tra quello che è il proprio io e il paese che ci circonda. Quindi la costruzione di spazi e di elementi deve essere assolutamente presa in considerazione come elemento fondamentale in questo contesto.

La costruzione di questi spazi non può essere delegata esclusivamente alla zona ristorante e alla zona bar, ma tutte queste aree devono interagire all'interno di un sistema in modo da poter offrire all'ospite un'articolazione di attività e di situazioni che gli permetta di diversificare quella che è la sua richiesta.

### **Cosa sta succedendo all'estero: il nuovo concept alberghiero**

Anche paesi che non hanno mai avuto vocazione turistica si stanno attrezzando per accogliere l'ospite. Ci si è resi conto che l'aumento del tempo libero a disposizione e la disponibilità economica che si sta elevando permette a una massa sempre più importante di viaggiatori di poter approdare a paesi anche distanti tra di loro. I costi dei mezzi di trasporto poi si stanno evolvendo verso il basso mettendo a disposizione mezzi sempre più veloci come l'aereo e a prezzi assolutamente accessibili. Quindi il fatto di visitare paesi che non hanno vocazione turistica, che fino a ieri era ad appannaggio di una clientela di tipo business, oggi si sta avvicinando al concept seicentesco e settecentesco del viaggio per istruzione. Questi paesi si stanno attrezzando nella costruzione di strutture alberghiere di un certo tipo. La disponibilità di aree e i costi notevolmente



inferiori a quelli occidentali, permettono la costruzione di strutture con disponibilità di spazio completamente differente. Sempre più spesso si trovano camere che hanno 25- 30 metri quadrati di superficie a disposizione dell'ospite, bagni sicuramente adeguati, e quindi spazio a profusione.

Che cosa manca? Ovviamente manca il concetto espresso dalla cultura italiana, cioè quello che viene definito 'life style', il tipo di vita e di immagine che all'estero si ha dell'Italia, che nell'immaginario collettivo è un punto di arrivo. Per questo sempre più spesso architetti italiani stanno progettando ed eseguendo lavori all'estero, perché trainati da quello che è il concetto del fashion che vede la sua punta di diamante negli stilisti. Anche il fashion nell'arredamento ha i suoi stilisti, i quali trasmettono il proprio stile di vita nelle strutture implementate anche in paesi lontani. Di conseguenza, lo spazio per poter operare all'estero in studi di progettazione e nell'industria italiana è sicuramente importante. Ciò che sarebbe necessario è un'attenzione maggiore al concetto di qualità: non solo la qualità degli elementi che compongono il concept alberghiero, ma soprattutto una qualità dovuta a una interpretazione dei canoni necessari per il vivere bene. Questo è il credo italiano, il concetto fondamentale che i professionisti italiani del settore stanno portando nel mondo.



### Qual' è la ricetta per i prossimi anni

C'è una serie di ricette improntate su un fattore culturale cardine. Fare l'hôtellerie non è solo un fattore tecnico bensì è un fatto culturale. Ovvero: cultura è il senso dell'ospitalità, è il modo di approcciare l'ospite, il modo di farlo sentire a casa propria. La tecnica aiuta ad esprimere questi concetti culturali mettendo a disposizione delle gran strutture che permettono all'ospite di esercitare la sua azione di turista, sia business che leisure. Quindi la prima cosa da sviluppare è appunto questo concetto culturale.

### Come si può sviluppare questo concetto culturale

Tutti i *players* del settore dovrebbero convergere attorno a questo argomento. Ci si riferisce soprattutto a chi ha un responsabilità maggiore in questo campo: senza dubbio i mass-media. I media non dovrebbero limitarsi all'esposizione di nuove strutture, per la sola tecnica. Occorre indagare in profondità su quello che è lo spirito, la cultura dell'hôtellerie, espressa nella struttura alberghiera. Questo è fare cultura specifica, questo è fare cultura d'impresa.

