

# Un menu a m

LA PROPOSTA WELLNESS RICHIEDE COERENZA ANCHE SUL FRONTE **RISTORATIVO**. VARI I LIVELLI DI SERVIZIO PROPONIBILI PER RAGGIUNGERE L'OBIETTIVO DI FIDELIZZARE L'OSPITE AIUTANDOLO A STARE IN FORMA

di **Marina Bellati**

Crema di asparagi, uno dei tanti piatti proposti nel menu taylor made del Novessentia Hotel, medical spa di Ghiffa (Vb)



# isura di spa

**N**egli ultimi dieci anni il turismo del benessere ha visto un notevole incremento, al punto che molte strutture hanno sentito l'esigenza di riorganizzarsi o ristrutturarsi per soddisfare la richiesta.

La ricerca "Wellness&Health Tourism 2013" di Jfc, società di consulenza turistico alberghiera (jfc.it), ne ha delineato il valore economico: il wellness tourism in Italia nel 2012 ha fatturato 2,175 miliardi di euro, di cui circa 1,468 mld sono da attribuire al settore dell'ospitalità, mentre il resto è imputabile a servizi benessere, trattamenti estetici e vendita di prodotti.

Anche se l'anno 2013 ha visto un calo anche in questo campo, quella wellness continua a essere una formula alberghiera di successo, che vede una spesa media di 145 euro al giorno da parte degli italiani che vogliono trascorrere una vacanza, anche di breve durata (la permanenza media si aggira attorno alle 2,4 notti), all'insegna del benessere. Fra le motivazioni che condizionano la scelta di un wellness hotel - da parte di una clientela che è composta per quasi il 70% da coppie fra i 36 e i 50 anni - la gastronomia ha un ruolo chiave. Sempre secondo la ricerca di Jfc infatti, per molti italiani il wellness si collega al tema "enogastronomia": il 27,7% sceglie la destinazione in base alla possibilità di "vivere una vacanza benessere legata all'enogastronomia locale";



1

e se il luogo ameno in cui la struttura si trova è un fattore essenziale di scelta, l'aspetto gastronomico non lo è da meno. Acquisito ormai il concetto che una dieta leggera non è legata alle sole esigenze di dimagrimento, ma è essenziale a una vera *remise en forme*, ne deriva che l'offerta benessere o wellness dell'hotel dovrebbe essere completata o integrata da una proposta ristorativa coerente.

### Dieta tailor made

Varie possono essere le impostazioni della proposta gastronomica: dalle semplici indicazioni nutrizionali riportate in carta, fino a menu mirati al raggiungimento di obiettivi specifici o studiati "su misura". Quest'ultima impostazione è stata adottata ad esempio al Novessentia Hotel di Ghiffa (Vb), 5 stelle e solo 12 suites: un'esclusiva medical spa in cui possono essere effettuati non solo trattamenti benessere, ma veri



2

e propri interventi medico-estetici. Qui la proposta gastronomica è stata impostata da Carmen Salvatore, medico estetico e titolare della struttura, e messa in pratica dall'executive chef dell'hotel, Emanuele Giorgione, che spiega: «Per gli ospiti che affrontano un percorso benessere o salute sotto la supervisione medica, c'è un menu ad personam, basato sugli studi di Peter D'Adamo (medico naturopata americano, che in base ai gruppi sanguigni ha classificato alimenti consigliati, indifferenti o da evitare, *ndr*), ulteriormente modificata in quanto noi non utilizziamo carne o latticini. In base al gruppo sanguigno si studia il percorso alimentare più adatto ai clienti dell'hotel (ristorante interno: 20 coperti). Abbiamo poi il ristorante gastronomico aperto ai clienti esterni (12 coperti, aperto solo a cena, ticket medio per un menu di 6 portate: 60 euro) in cui vige un menu à la carte basato sui medesimi principi, a cui l'avventore, conoscendo il proprio gruppo sanguigno, può decidere di adeguarsi o scegliere liberamente».

Naturalmente lo chef e la sua brigata (7 persone) rispettano quanto più possibile la stagionalità dei prodotti, ma qui la clientela rimane più giorni, mangia sempre in hotel e quindi variare il menu è fondamentale, il che a volte richiede deroghe al principio del prodotto di stagione o del "chilometro breve". Ag-



**Emanuele Giorgione** (a destra) col suo sous chef Diego Sales. Meranese, 30 anni, dopo l'alberghiero fa varie esperienze in loco e nel 2002 entra al Palace di Merano, centro di Henri Chenot. In seguito lavora con gli stellati Gualtiero Marchesi ed Enzo de Prà. Dopo ulteriori esperienze approda all'Adler Balance di Ortisei e nel 2012 arriva al Novessentia di Ghiffa.

**1.** Sala da pranzo del Novessentia Hotel in cui i menu sono studiati ad personam sulla base del gruppo sanguigno. **2.** La zuppeta di pesce che il Novessentia propone per asporto a Bolzano, nel nuovo Novessentia Healthy Bar. **3.** Uno dei piatti studiati dallo chef Giorgio Lecchi del 5 stelle Almar hotel di Jesolo, abbinato al menu detossinante



3

## Il libro



### Ricette wellness, a due mani

Carmen Salvatore, medico ed esperto in medicina antiaging, e lo chef Emanuele Giorgione hanno ideato e pubblicato in questo libro 156 ricette inedite (in italiano e inglese) che coniugano il piacere della tavola con i principi scientifici della nutrizione salutistica. Con la prefazione degli stellati Alfonso Iaccarino e Chicco Cerea, il libro può essere acquistato rivolgendosi a Novessentia e prossimamente anche online, a 29 euro.

giunge lo chef: «Serve una materia di grande qualità, quindi il food cost è abbastanza elevato, attorno al 25%. Il ristorante non è un centro di reddito per la gestione, ma è un servizio essenziale alla struttura». Ovviamente, se arrivano i risultati sperati, il cliente soddisfatto è conquistato, anche per il futuro.

### Benessere da asporto

Al Novessentia devono anche essersi domandati perché non portare la loro cucina salutistica in zone dove si ipotizza un pubblico sensibile al tema alimentare. Così il menu del Novessentia è stato declinato in versione da asporto e da giugno è proposto nel primo Novessentia Healthy Bar a Bolzano, città in cui c'è una particolare attenzione alla naturalità dell'alimentazione. Spiega l'executive chef: «Abbiamo studiato una cinquantina di ricette estive e altrettante invernali, suddivise in una linea Revital e una linea Slim. I piatti sono realizzati su prenotazione (dal sito novessentia-food.it) nell'hotel e spediti in contenitori di vetro con trasporto refrigerato (shelf life 5 giorni; prezzo: 29 euro per il menu di un'intera giornata). L'obiettivo è arrivare a vendere una quarantina di pranzi al giorno». L'attenzione al regime alimentare degli ospiti è la prassi anche al nuovo Almar Jesolo Resort&Spa (Ve), il primo 5 stelle della rinomata località balneare inaugurato in maggio, al cui interno sorge l'attrezzatissima spa Almablu, con 2mila mq di superficie e una



**Waifro Albertini** è il F&B manager del nuovissimo Almar Jesolo Resort & Spa, il primo 5 stelle realizzato a Jesolo (Ve). L'albergo, con affaccio sulla spiaggia, punta a diventare una "destination spa" anche durante tutto il corso dell'anno, con una wellness spa di 2mila mq. L'offerta benessere si estende anche alla ristorazione, con 4 menu specifici.



**4.** Tagliatelle di zucchine e verdure, ricetta dal menu vegan del Posta Zirm Hotel di Corvara. **5.** Nell'hotel sono in vigore 3 carte differenti, quella vegan è preferita dal 30% degli ospiti. **6.** La wellness farm dell'hotel



specializzazione sulla thalasso terapia. Una struttura da 197 fra camere e suites - la proprietà fa capo ai Boccato, famiglia di imprenditori con 9 hotel nel Triveneto (almarjesolo.com) - in cui il tema del benessere e del relax sono rispecchiati anche dalla proposta gastronomica del ristorante Mediterra (300 coperti, 16 persone in cucina e 15 in sala).

## Menu e percorsi

Qui, oltre alla classica carta, sono stati creati 4 menu legati ai percorsi benessere della spa. Dice Waifro Albertini, F&B manager dell'hotel: «Nella spa abbiamo 7 percorsi wellness e nel ristorante sviluppiamo i più importanti: detox, slim, energy e anti age. Come? Abbiamo fatto la scelta di comporre un menu *à table d'hôte* (in sostanza un menu a prezzo fisso, ndr), con una scelta a buffet di antipasti e una selezione di 5 primi e altrettanti secondi. In base agli ingredienti

che compongono il piatto, nel menù ogni piatto è identificato con il simbolino *smile*, che indica a quale dei 4 percorsi wellness quel piatto è abbinato. Anche sul buffet posizioniamo cartellini con gli *smile*, per aiutare l'ospite anche quando si serve da solo. Le ricette sono state studiate in collaborazione con il dott. Frank Adamsky e rientrano nel pacchetto di pensione completa "happy wellness". La cosa laboriosa è stata progettare i piatti dei 4 menu (che hanno una rotazione ogni 14 giorni), per via degli abbinamenti. Un esempio: il pomodoro è anti-age, ma abbinato agli spaghetti perde il suo effetto. Se invece prepariamo un guazzetto di moscardini con patate e sedano, otteniamo un piatto detossinante, mentre una ricetta snellente può essere il pesce spada con agrumi. Insomma, difficile è stato proprio mantenere le proprietà degli alimenti finalizzandoli ai relativi 4 programmi alimentari. Fin'ora, nelle poche settimane di apertura, la richiesta dei menu wellness si è attestata attorno al 30%, ma ipotizziamo che aumenterà da settembre, con l'inizio della stagione wellness».

Dal canto suo nel 4 stelle Posta Zirm di Corvara (70 camere, un ristorante per gli ospiti con 140 coperti e uno più piccolo per la clientela esterna, ticket medio 32 euro per 4 portate), dotato di wellness spa all'insegna del Feng Shui, la proposta gastronomica si articola su tre opzioni à la carte: la prima è di stampo tipicamente altoatesino, la seconda è prettamente di



**Franz Kostner, 42 anni, rappresenta la quarta generazione della famiglia Kostner ed è titolare con la sorella Silvia dell'hotel Posta Zirm a Corvara, hotel/residence a 4 stelle in Alta Badia. L'albergo vanta una più che secolare storia in mano alla famiglia, che lo ha acquisito nel 1908 grazie al bisnonno di Franz, alpinista e viaggiatore arrivato fino al Nepal.**



cucina italiana e mediterranea, già di per sé caratterizzata da pesce, verdure e condimenti leggeri, la terza è una carta totalmente vegana.

### Materie prime selezionate

Spiega il titolare Franz Kostner: «Da un anno e mezzo abbiamo introdotto il menu vegano, che è il più aderente alle istanze di benessere della clientela. Alla base di questa scelta c'è una convinzione personale: tutta la nostra famiglia è vegana da più di 4 anni e ne abbiamo visto i benefici, il che ci ha portato a voler condividere questa scelta con gli ospiti. Molti lo provano per curiosità, lo apprezzano, ma credo ci vorrà tempo prima che questa scelta alimentare si diffonda. Per l'albergatore comunque non è problematico: i prodotti in sé non sono più cari, ma è importante avere dei prodotti di elevata qualità, abbiamo calcolato un food cost attorno al 30%. L'aspetto più difficoltoso in questo ambito è che lo chef deve avere una profonda conoscenza dei prodotti alternativi a quelli animali, per essere in grado di offrire una *dining experience* al cliente. È comunque una dieta che lascia grande spazio alla fantasia e con un certo stupore abbiamo fatto i conti e verificato che il menu vegano oggi rappresenta mediamente il 30% delle scelte della nostra clientela residente, con dei picchi del 50% quando abbiamo una clientela più internazionale come inglesi, tedeschi, americani, svedesi». //

## Tre livelli di servizio



**Massimo Feruzzi**, titolare di Jfc, società di consulenza nel settore turistico-alberghiero

piatti e ciascun cliente si regola a piacimento.

**La seconda soluzione sembra essere quella più performante e allo stesso tempo praticabile da un gran numero di strutture.**

Infatti: in questo caso bisogna pensare a un percorso alimentare che il cliente può seguire, in genere articolato almeno su una settimana di permanenza.

Meglio ancora se i suggerimenti alimentari proseguono anche dopo che il cliente è tornato a casa, seguendolo sui social o via mail per dare indicazioni alimentari. Quest'ultima, poi, è un'attenzione che mantiene un forte feedback dell'ospite con la struttura, in cui tende a ritornare per i risultati e il servizio ottenuti.

**Di hotel con centri benessere ce ne sono moltissimi. Cosa può contribuire a orientare la scelta del cliente?**

La differenza fra un hotel e l'altro sta anche in quanto riusciamo ad offrire di professionale nella wellness experience e questo contempla l'assistenza di un nutrizionista che collabora alla stesura dei menu e dispensa consigli alimentari.

**Come delineare una proposta gastronomica legata a quella della spa?**

Possiamo sintetizzarli in 3 differenti livelli di servizio. Il primo è quello *taylor made* studiato su misura per ogni cliente, in collaborazione con i medici: una scelta che riguarda soprattutto poche ed esclusive medical spa dove ci sono obiettivi di salute, dimagrimento ecc ben precisi. In questo contesto le scelte della cucina sono decisamente subordinate a quelle medicali.

Il secondo livello riguarda gli spa hotel in cui la proposta della cucina è studiata per essere coerente e in linea con lo stile e gli obiettivi dei trattamenti proposti dal centro benessere. C'è poi un terzo livello, da un punto di vista gestionale il più basic, in cui sui menu o sui buffet vengono indicati gli apporti calorici dei