



## Viaggi



Cresce la voglia di esperienze enogastronomiche: le vacanze diventano un'occasione per conoscere i prodotti locali

# Non solo mare e città d'arte, la *food experience* si prepara a diventare protagonista dell'estate



svolge esperienze enogastronomiche abbinate a vacanze al mare, che siano nell'entroterra, sulla costa o in mare. Le previsioni per i prossimi viaggi estivi evidenziano una forte propensione da parte del turista enogastronomico a vivere l'enogastronomia, entrando in sintonia con l'ambiente, le comunità locali e l'identità stessa dei territori in cui si reca durante le proprie ferie.

Nei viaggi in una località balneare dell'estate 2023 il turista enogastronomico vorrà sì degustare prodotti tipici in un ristorante locale - scelta che prevale nelle preferenze generali - ma amerà molto il ristorante o il bar storico, dove si respira l'heritage della località visitata: a dichiararlo è il 36% degli intervistati (+5% rispetto al turista generalista). Ed è in incremento anche la propensione verso l'esperienza di fine dining, desiderata dal 22% (+6%).

Il programma di viaggio del turista del gusto prevede le visite a diverse aziende della zona scelta per le proprie vacanze. Caseifici e cantine si equivalgono, con il 18% dei consensi, ma arrivano in classifica dopo le aziende agricole, che primeggiano con il 19% delle risposte affermative. E in forte ascesa, tra i turisti enogastronomici, sono anche le visite ai pastifici e ai birrifici (indicate dal 15%), ma in generale tutte le aziende legate al food e al beverage sono oggetto di interesse per i prossimi viaggi al mare. Ancor più in-

teressanti appaiono le esperienze attive, che ormai vengono indicate come il vero obiettivo del 2023 dal 61% degli intervistati.

Quali sono le più "gettonate"? In vetta troviamo, a pari merito, tre tipi di esperienze: i trattamenti benessere a tema vino, birra e olio; i percorsi a piedi accompagnati da esperti di gastronomia; infine, partecipare ad attività sportive all'aria aperta come trekking del gusto, tour in bicicletta o mountain bike tra i luoghi di produzione del cibo. Forte è anche il desiderio di vivere i percorsi del gusto in autonomia, che siano a tema cibo (20%) o vino (14%). Prende quota la mobilità alternativa, e questo non vale soltanto per la bicicletta o per il trekking: il 7% del campione valuta, infatti, la soluzione del viaggio a bordo di un treno storico laddove disponibile.

Tra le altre esperienze al mare per l'estate 2023, la più indicata continua a essere la visita ai mercati dove si possono acquistare i prodotti del territorio, ma questa soluzione appartiene perlopiù al turista generalista, poiché l'enogastronomico cerca qualcosa di diverso e distintivo: questa sua propensione alla scoperta lo spingerà pertanto verso le piccole botteghe artigianali (indicate dal 35%) o, in alternativa, verso il museo dei prodotti tipici (17%).

Tra i più giovani, prevarrà non soltanto la ricerca di esperienze attive e

orientate alla ricerca del benessere (yoga nei vigneti e negli oliveti, attività sportive), ma anche di esperienze culinarie uniche nei locali storici, considerati soprattutto dalle turiste under 25 come un must delle loro prossime vacanze al mare. Le donne, inoltre, dichiarano di apprezzare particolarmente lo street food: l'acquisto di cibo da un food truck viene indicato dal 24% del campione di sesso femminile contro il 16% del campione di sesso maschile. Ed è ormai basso, sempre tra gli under 45 e a prescindere dal genere, l'interesse nel visitare il "vecchio" mercatino dei prodotti tipici, che invece continuerà a essere preso d'assalto dalle generazioni più avanti con gli anni.

"L'enogastronomia è oggi un must da scoprire e vivere nelle località balneari, a cui la maggior parte dei turisti non vuole rinunciare - afferma Roberta Garibaldi -. Non è una tendenza prettamente italiana: le proposte enogastronomiche saranno le più ricercate dagli europei nel corso dei viaggi al mare dell'anno 2023. Per le destinazioni balneari è un'occasione unica per arricchire e ampliare la propria offerta, incentivando e dando visibilità alle esperienze culinarie, proposte attive, visite ai luoghi di produzione, mercati e botteghe artigiane del gusto presenti nei loro territori o nell'entroterra, incentivando la creazione di esperienze innovative, in cui trova spazio anche il co-marketing".

ROMA - Il turismo enogastronomico si prepara a diventare il gran protagonista dell'estate 2023. Con l'arrivo delle ferie, il "turista enogastronomico" è pronto a organizzare la propria vacanza alla scoperta di prodotti tipici nella modalità active. Il suo obiettivo è placare anche la fame di conoscenza, spingendosi oltre le modalità tradizionali di fruizione dell'esperienza per diventare parte della storia e della tradizione di un luogo.

È quanto emerge dalle previsioni

per la stagione estiva del "Rapporto sul turismo enogastronomico italiano", a cura di Roberta Garibaldi (presidente dell'Associazione Italiana Turismo Enogastronomico, professore di Tourism Management all'Università degli studi di Bergamo e vicepresidente della Commissione Turismo dell'Ocse) e realizzato sotto l'egida dell'Associazione italiana Turismo Enogastronomico.

Il 45% dei turisti enogastronomici italiani (e il 36% dei generalisti)

COMUNICAZIONE AZIENDALE



"Guardando il passato pensiamo al futuro"

COMUNICAZIONE AZIENDALE



*Esistiamo dal 1987, ma abbiamo fatto grandi passi in maniera discreta per ottenere i risultati di oggi; facciamo del nostro meglio per concretizzare i desideri della clientela, cercando di offrire su un vassoio di esperienza un minimo di grazia, poiché un sorriso non costa nulla.*



*La nostra non è una semplice caffetteria ma un giardino di profumi, nido di lettura per ritrovare se stessi, in uno scigno di ispirazioni, proprio come in un meraviglioso dipinto, ove lasciare correre libera l'immaginazione, scevra di confini tra tempo e spazio... attingendo alla bellezza e all'eleganza del particolare.*

(E. Incognito)

Via del Sole, 21, Pivaino (Me)  
0941/562049 - 340/2878975

lacapanninacaffetteria.it  
La Capannina Caffè Letteraria





## Cultura



Dal turismo balneare a quello naturalistico, nell'Isola-continente sono molteplici le tipologie di viaggio

# Quei tesori siciliani tra paesaggi, storia e tradizioni

*Sette i siti Unesco che è possibile visitare nella regione capace di offrire uno straordinario patrimonio storico-culturale e una incredibile biodiversità*

La Sicilia, un'isola, anzi un continente. È qui che si può scegliere non una ma svariate tipologie di viaggio, con un paesaggio capace di farsi, nel giro di pochi chilometri, da marino a montano. E così è possibile partire con un bagaglio leggero per rilassarsi al sole e al mare di una delle tante meravigliose spiagge siciliane oppure avventurarsi con l'attrezzatura da trekking lungo i percorsi dell'Etna o tra le lussureggianti vegetazioni di alcune isole minori come Pantelleria. Ma scegliere la Sicilia significa anche godere dello sconfinato patrimonio culturale che ospita, con una gran varietà di siti archeologici e musei. Oppure ancora è possibile fare un viaggio on the road alla scoperta di cantine e vigneti siciliani, un tour enogastronomico che offre molteplici possibilità.

### Tra le opzioni consigliate un viaggio on the road alla scoperta delle cantine siciliane

Chi scegli di fare le vacanze in Sicilia deve sapere che potrà abbracciare diverse culture (spesso diametralmente opposte, come quella normanna nel palermitano e quella barocca legata ai Borboni nel sud est dell'Isola) a distanza di non più di 250 chilometri e due/tre ore di viaggio in macchina, autobus o treno l'una dall'altra.

#### TURISMO BALNEARE

Nella costa Nord dell'Isola si concentrano alcune delle località più famose della Sicilia e alcune delle spiagge più belle: oltre al romantico borgo di Cefalù con la sua caratteristica spiaggia cittadina, sono da menzionare le spiagge selvagge della Riserva dello Zingaro tra San Vito lo Capo e Scopello, Makari (salita agli onori delle cronache grazie alla fortunata serie tv di Raiuno), il borgo marinaro di Isola delle Femmine.

#### IL MARE A GIARDINI NAXOS

Spostandoci poi in provincia di



Messina non si possono non menzionare la costa Saracena (Capo d'Orlando, Brolo, Piraino, Gioiosa Marea con Capo Calavà). Sempre bagnate dal mar Tirreno sono poi le Isole Eolie (Vulcano, Lipari, Panarea, Salina, Stromboli, Alicudi e Filicudi).

#### LA COSTA EST

Bagnata dal mar Ionio è invece la costa est della Sicilia che è anche la più variegata. Scendendo verso sud dallo Stretto di Messina a Capo Passero il paesaggio cambia numerose volte, alternando litorali di sabbia dorata o grigia a ripide scogliere e tratti di costa rocciosa molto frastagliata. Nel tratto intorno a Catania la vicinanza dell'Etna si fa

evidente nel colore scuro della sabbia (proprio nel centro di Catania si trova la spiaggetta di San Giovanni Li Cuti con la sua sabbia nera). Bagnata dallo Ionio è poi Taormina (forse la località turistica più conosciuta della Sicilia) con la sua pittoresca Isola Bella. Spostandosi nel siracusano non si possono dimenticare la spiaggia di Calamosche nella riserva di Vendicari e i laghetti di Cavagrande.

#### LA COSTA MERIDIONALE

Spiagge immerse in una natura selvaggia e da un aspetto unico sono quelle situate nella costa meridionale dell'Isola. Prima fra tutte la celebre Scala dei Turchi nei pressi di Agrigento. Ma sono tante le località

balneari di questa zona, perfette sia per un lungo soggiorno sia come tappe di un itinerario in auto. Tra queste annoveriamo Porto Empedocle, Realmonte, Sciacca. Già detto delle Eolie, un altro gruppo di isole abbastanza vicine alle coste siciliane e quindi visitabili in giornata è quello delle Egadi (Favignana, Marettimo, Levanzo), mentre le Pelagie sono più lontane e necessitano almeno di un paio di giorni. In compenso però Lampedusa è dotata di aeroporto, quindi può facilmente essere raggiunta dall'Italia continentale con un volo diretto.

#### I SITI UNESCO

Fare le vacanze in Sicilia significa innanzitutto poter ammirare in un'unica regione ben sette siti Unesco (record in Italia, sono infatti 11 in totale, 7 materiali, 4 immateriali).

Valle dei Templi  
Villa del Casale  
Val di Noto  
Pantalia e Siracusa  
Vulcano Etna  
Palermo Arabo Normanna  
Isole Eolie

#### CAMMINI NATURALISTICI

Ma fare le vacanze in Sicilia significa anche godere delle bellezze naturalistiche dell'Isola. Sono diversi i cammini di trekking che è possibile

percorrere. Qui si può camminare all'ombra di fitte faggete, scendere in profondi canyon scavati dal lento fluire delle acque, scalare vulcani e cime carbonatiche, ma anche camminare lungo affascinanti tratti costieri. Sono tanti i sentieri che consentono di camminare senza particolari difficoltà. Basta un minimo di esperienza di escursionismo, buon senso di orientamento e tanto spirito critico riguardo alle proprie capacità fisiche.

Alcuni dei sentieri più belli della Sicilia sono quelli della Riserva di Capo Rama, quelli della Riserva dello Zingaro, le Gole dell'Alcantara nel messinese, e ancora la Riserva dell'Oasi del Simeto (Catania), il trekking delle alte Madonie, il parco dell'Etna. Questi e molti altri rappresentano un bel modo di godersi l'incontaminata natura siciliana lontana dalle masse dei turisti.

### Dalla Riserva dello Zingaro all'Oasi del Simeto ricca l'offerta di sentieri naturalistici

#### TURISMO ENOGASTRONOMICO

La Trinacria affascina non solo per il mare, le isole e il Barocco, ma anche grazie a un'ampia offerta di eccellenze enogastronomiche. Fare le vacanze in Sicilia significa anche scoprire sapori nuovi e genuini. Sono i 33 prodotti agroalimentari a Indicazione geografica (17 Dop, 14 Igp e 2 Stg), e 31 vini a Denominazione (24 fra Docg e Doc). La Sicilia è quindi la quarta regione italiana per numero di prodotti agroalimentari certificati, ma anche terza per numero di aziende agricole con viti e per numero di frantoi. Fra i prodotti tipici più conosciuti dagli italiani, troviamo i cannoli siciliani (18 per cento), gli arancini (13 per cento) e la cassata siciliana (9 per cento).



## Dalla Regione fondi per parchi tematici, acquari, parchi e giardini geologici

Il governo Schifani scende in campo, ancora una volta, per sostenere l'attività economica delle imprese siciliane danneggiate dall'emergenza Covid-19. L'assessorato regionale al Turismo ha pubblicato, infatti, l'avviso denominato "Interventi in favore di parchi tematici, acquari, parchi e giardini geologici", stanziando un milione e 446 mila euro in favore di questo particolare settore turistico che, nel corso della pandemia, ha subito gravi perdite economiche. I contributi sono a fondo perduto ed erogati, a titolo di ristoro, nella misura massima della perdita di ricavi subita nel 2020 rispetto al 2019, sempre che la riduzione di fatturato sia almeno del

30 per cento.

"Il governo regionale - afferma l'assessore al Turismo, Elvira Amata - interviene con fatti concreti a sostegno dell'economia dell'Isola. Con questo bando diamo una boccata d'ossigeno a quelle imprese siciliane che, durante la pandemia, hanno visto crollare il loro fatturato. Passo dopo passo saneremo le ferite lasciate dal Covid e rilanceremo un settore, quello turistico, che per la Sicilia è davvero strategico. Come è nostra consuetudine, continueremo a lavorare intensamente e concretamente per raggiungere quegli obiettivi che faranno decollare la nostra economia e che renderanno la

Sicilia una regione sempre più moderna e attrattiva".

Nel dettaglio, l'agevolazione, in linea con il regime del "de minimis", non potrà superare l'importo massimo complessivo di 200 mila euro nell'arco dell'esercizio finanziario in questione e nei due precedenti. Per quantificare l'ammontare dei finanziamenti si calcolerà la perdita complessiva del fatturato - i dati contabili dovranno essere attestati da un revisore o da un commercialista - di tutti i soggetti ammessi, e si determinerà il rapporto tra la perdita del singolo beneficiario e la perdita complessiva. Tale percentuale sarà applicata all'importo



delle risorse a disposizione per calcolare la quota pro capite di ciascun beneficiario.

Le imprese interessate al bando devono essere iscritte alla Camera di Commercio, essere dotate di un sistema di biglietteria che certifichi

la riduzione degli incassi, avere la sede legale o la sede operativa nel territorio siciliano. Le domande dovranno essere compilate secondo il modello predisposto, firmate digitalmente e inviate via pec entro il prossimo 24 luglio.



## Economia



Assoviaggi Confesercenti: nel trimestre estivo +21% di viaggi fuori dall'Italia rispetto allo stesso periodo del 2022

# Vacanze, torna la voglia di “fuggire” all'estero

*Tra le mete più scelte dagli italiani che si sono rivolti ad agenzie o tour operator la Grecia, la Spagna, l'Egitto, gli Usa e il Giappone. Crociere in cima alla classifica delle tipologie più richieste. E se da una parte sono aumentati i prezzi, è cresciuta anche l'offerta di pacchetti e servizi a tariffe flessibili*

Vacanze estive, cresce la voglia di viaggi oltre confine. Per il trimestre estivo 2023, saranno complessivamente 3,9 milioni gli italiani che si sposteranno grazie all'attività di Agenzie di Viaggio e di tour operator. Trainano le vacanze all'estero (+21,1% rispetto all'estate 2022), in particolare verso Grecia, Spagna, Egitto, Usa e Giappone. Crociere in cima alla classifica delle tipologie di viaggio più richieste. È quanto emerge dall'Osservatorio sul turismo organizzato di Assoviaggi Confesercenti, sulla base di un'indagine del Centro Studi Turistici di Firenze su un campione di 581 Agenzie di Viaggio.



teresse da parte degli italiani. Da segnalare invece il buon posizionamento delle Capitali Europee e delle Città d'Arte italiane, che in termini di frequenza delle segnalazioni si collocano subito dopo il prodotto mare.

### Ritorna la voglia di crociere e di Egitto: + 57% per quelle sul Nilo

Tra le destinazioni più gettonate spicca l'Egitto, che tra offerta mare, tour culturali e crociere sul Nilo è in assoluto la meta più richiesta tra quelle a medio-raggio, segnalata dall'87,1% delle agenzie. Sul corto raggio, invece, continuano a imporsi Grecia e la Spagna; un discreto interesse è stato segnalato anche per il Portogallo e la Francia.

Per il “lungo raggio”, invece, le richieste dei viaggiatori si sono concentrate sugli Stati Uniti e il Giappone, seguiti da Thailandia e Caraibi. Non sono mancate, però, anche richieste per Tanzania, Maldive, Messico, Oman, Filippine, Zambia. Per chi ha scelto l'Italia, invece, le destinazioni preferite risultano la Puglia, la Sardegna, la Sicilia, la Campania, la Toscana, il Veneto, l'Emilia Romagna e il Lazio.

### C'è chi ancora aspetta “alla finestra” per cogliere le opportunità last minute

Per l'estate 2023 gli operatori sperano finalmente di tornare ai livelli del 2019, con una crescita complessiva dell'operatività del +6,8%, sintesi della crescita prevista dei viaggi all'estero (+21,1%) e della flessione, invece, del -2% per le richieste di destinazioni italiane. Complessivamente si stima che nel periodo giugno-agosto saranno circa 1,6 milioni i pacchetti vacanze prenotati presso Agenzie di Viaggio e

Tour Operator, di cui 1,1 milioni includono una destinazione oltre confine e oltre 500mila saranno effettuati in Italia. Saranno circa 3,9 milioni gli italiani che si sposteranno grazie ai pacchetti: 2,6 milioni fuori dall'Italia, mentre 1,3 milioni soggiorneranno nelle diverse destinazioni italiane.

A pesare – in particolare sulla domanda per le destinazioni italiane – è il caro-vacanze. I prezzi medi dei servizi sono aumentati del

25% rispetto all'estate 2022, anche se parallelamente è aumentata l'offerta di pacchetti e servizi a tariffe flessibili. Una quota di italiani più sensibili all'aumento dei prezzi, però, rimane in attesa di cogliere le proposte promozionali last-minute che potrebbero aprirsi “sotto data”. In sostanza, un mercato con andamenti alterni caratterizzato da periodi di forti vendite e momenti di stasi, dove il rapporto di conversione tra le richieste di preventivo e prenotazione effettiva è di 1 su 2.

Dall'indagine emerge un forte interesse della domanda per le crociere – a partire da quelle sul Nilo – segnalate in crescita dal 57,1% delle agenzie, e anche un ritorno dei viaggi intercontinentali (51,3% delle segnalazioni). Tutte le destinazioni ‘mare’, comunque, sono in aumento: da quelle dei Paesi del Mediterraneo (50,3%) a quelle esotiche (32,3%). Un po' meno frequenti le segnalazioni per il Mare Italia, che secondo la percezione del 52% del campione ha registrato una flessione di in-

COMUNICAZIONE AZIENDALE

## Confeserfidi per le imprese siciliane, tante le opportunità reali di investimento e sviluppo per il tessuto economico dell'Isola

Da sempre, Confeserfidi opera e crea opportunità a supporto dell'imprenditoria dell'Isola, attraverso prodotti innovativi e solide partnership con fintech e banche tradizionali ma anche grazie ai partenariati con numerose regioni e società finanziarie regionali.

“Da anni, siamo in prima linea con le imprese siciliane, nell'azione di accesso al credito agevolato - spiega Dario Sirugo, responsabile Divisione Consulenze di Confeserfidi - In questo mo-

mento, ad esempio, è possibile richiedere il Bonus Energia che permette di accedere a un contributo a fondo perduto sino ad un massimo di 200.000 euro per i costi energetici in eccesso del 2022 rispetto l'anno precedente.

Tante anche le agevolazioni per le start up, come Fare impresa Sicilia, che assicura fondi per la creazione di nuove imprese, sino al 90% a fondo perduto, per un importo massimo di 300.000 euro”.

Anche per gli artigiani, spiega Sirugo, non mancano opportunità importanti: “La 949 del '52, legge storica, permette di ottenere, per tutti gli investimenti fatti o per la liquidità spesa in acquisto scorte di magazzino, fino ad un massimo del 20% a fondo perduto e un rimborso sugli interessi pagati, a valere sui finanziamenti bancari”.

“Confeserfidi si propone alle realtà imprenditoriali come un unico partner finanziario con molteplici soluzioni” afferma l'AD Bartolo Milil-

li “Grazie alla partnership con fintech, banche digitali e banche tradizionali, Confeserfidi è in grado di offrire un'ampia gamma di finanziamenti per tutte le necessità aziendali, a condizioni di mercato vantaggiose e tempi celeri di erogazione.

Confeserfidi rilascia, inoltre, fidejussioni dirette (con valutazione della fattibilità gratuita e risposta entro 48 ore) e attestazioni di capacità finanziaria per agevolazioni pubbliche e gare di appalto ma anche per auto-

scuole, centri di revisione e scuole nautiche.

Da sempre, infatti - continua Mililli - cerchiamo di venire incontro a tutte le tipologie di imprese assistendole con professionalità e immediatezza.”

Confeserfidi si dimostra, ancora una volta, il partner ideale per imprese e professionisti, confermando il suo ruolo di rilievo a sostegno del tessuto imprenditoriale siciliano.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## FINANZIAMENTI AGEVOLATI PER LE IMPRESE SICILIANE

Contributi a fondo perduto e agevolazioni per start up e artigiani, finanziamenti veloci a tassi convenzionati per imprese e professionisti. Fidejussioni e attestazioni di capacità finanziaria (PSR - PNRR - FSE - FESR etc) senza collaterale in denaro.

Sei un consulente aziendale? Collabora con noi.



**Confeserfidi**  
Società Finanziaria

Sede direzionale  
Via dei Lillò n. 22 - 97018 Scicli (RG)

☎ 0932.834400

✉ info@confeserfidi.it

🌐 www.confeserfidi.it

COMUNICAZIONE AZIENDALE

## INTERLUDE HOTEL&RESORTS, UNA NUOVA DIMENSIONE DI VIAGGIO ALLA SCOPERTA DELLE PECULIARITÀ DI OGNI TERRITORIO



Il gruppo Interlude rappresenta una novità assoluta nel mondo dell'attività ricettiva siciliana. Nato nel 2012, dall'idea di vari soci con un'importante esperienza nel settore, rappresenta di fatto la prima società di management alberghiero ad aver operato nel contesto siciliano, in cui ha storicamente prevalso – al di là della dimensione delle varie strutture – un modello di gestione di carattere “patronale”, con una famiglia a capo di tutto che gestisce in prima persona l'erogazione del servizio.

**A dare forma a questo progetto arduo**, tra gli altri, Laura Lo Mascolo e Mirko Raineri, due professionisti del comparto che vantano esperienze di assoluto rilievo in realtà multinazionali avendo collaborato, la prima, con la catena Marriott e il secondo nel gigante dei villaggi turistici Club Med. Esperienze e realtà professionali sostanzialmente differenti rispetto a quelle proprie di Interlude, ma che hanno certamente avuto un ruolo importante nella capacità di costruire un modello alternativo, di creare qualcosa di diverso che potesse affermarsi nel territorio siciliano.

**Un modello che alternativo lo è davvero**, anche rispetto al modo in cui, generalmente, opera e si organizza una realtà di management alberghiero in Europa. Alle fondamenta delle strutture siciliane, lo si ricordava poc'anzi, non ci sono gruppi imprendito-

riali che hanno investito, in prima persona, grandi somme sul territorio e sono alla ricerca di una società di management che gestisca e faccia fruttare il “tesoretto” immesso sul mercato. Il modus operandi di Interlude, dunque, prevede un'importante attività sostegno e affiancamento alla proprietà di ogni singola struttura, per accompagnarla verso il raggiungimento di una vera e propria dimensione imprenditoriale di gestione del proprio asset.

**Un passaggio indispensabile** per migliorare il valore dello stesso e per ottenere traguardi sempre più prestigiosi. Obiettivo principale della strategia imprenditoriale che Interlude porta avanti, dunque, è quello di trovare – a seconda dei casi e delle situazioni – il giusto e miglior “compromesso” che permetta di non svilire le peculiarità di questo o quell'albergo e, allo stesso tempo, di condurre tali strutture su sentieri ancora inesplorati e di allargare i loro orizzonti. Una strategia che, ovviamente, deve tener conto anzitutto delle singole realtà, dei loro punti di forza e delle debolezze da superare. Al centro, dunque, stanno i singoli territori.

**Non a caso – spiegano i vertici del gruppo** con un'efficace metafora – modellare un progetto imprenditoriale è come cucire un vestito su misura. Quindi, di volta in volta, cambiano il metodo d'approccio e le modalità d'azione, perché diverse sono – appunto – le peculiarità della realtà in cui Interlude opera e delle strutture che si affidano al gruppo. Un lavoro certosino, che mira a trovare le soluzioni migliori per lavorare, efficacemente e con successo, sia sull'attività

quotidiana che sulla programmazione futura a medio e lungo termine. Questo modus operandi, che potremmo identificare come il vero e proprio marchio di fabbrica del gruppo siciliano, permette di cogliere tutte le opportunità offerte dal mercato in cui opera ogni singola struttura.

**Un'altra caratteristica fondamentale** della strategia e, in questo caso, della filosofia di Interlude sta nella volontà del brand di non “soffocare” o sopraffare la struttura con la sua presenza ma – al contrario – di offrire loro tutti gli strumenti necessari per esaltare le loro caratteristiche principali, i loro punti forti. Per capire fino in fondo come opera Interlude e cosa porta in dote ai suoi clienti può essere utile esplorare quali servizi rientrano nei pacchetti che le strutture ricettive offrono ai soggiornanti, soprattutto per quanto concerne l'esperienza turistica. Un punto dirimente questo, visto che ampie frange di visitatori prediligono una vacanza immersiva, un'avventura a 360 gradi nel posto che hanno scelto per i loro momenti di svago. E rientrano, dunque, in questa logica le numerose convenzioni che gli alberghi a marchio Interlude possono offrire. Per capire il valore e l'importanza di queste soluzioni basta solo qualche esempio.

**Una vacanza allo Shalal Hotel di Linguaglossa** permette di vivere al massimo un'esperienza mozzafiato a diretto contatto con l'Etna e con i suoi territori tipici. Dalle escursioni, in cordata o in esclusiva, ai tour esperienziali nelle cantine che producono i prestigiosi ed apprezzatissimi vini locali. Ed è noto quale sia il potere attrattivo delle eccellenze enogastronomiche siciliane per i turisti di ogni parte del mondo.

**A Salina, poi, gli ospiti del “Belvedere”** potranno prendere parte ad escursioni nel meraviglioso scenario delle Isole Eolie, mentre invece, gli ospiti che sceglieranno di alloggiare al “Residence Stella Marina” di Ustica avranno il privilegio di poter effettuare immersioni, con l'assistenza di subacquei professionisti, negli incantevoli fondali isolani. Insomma, la logica di adattamento alle peculiarità dei



Shalal Hotel di Linguaglossa (Ct)

luoghi la si può riscontare anche nei pacchetti e nelle soluzioni offerte ai turisti delle strutture Interlude. Strutture che, ovviamente, offrono altresì tutti i confort più apprezzati e richiesti dalla clientela degli alberghi. Il gruppo, dunque, è pronto ad affrontare con professionalità, competenza ed entusiasmo l'imminente stagione estiva, che promette di essere – ancora una volta – trionfale.

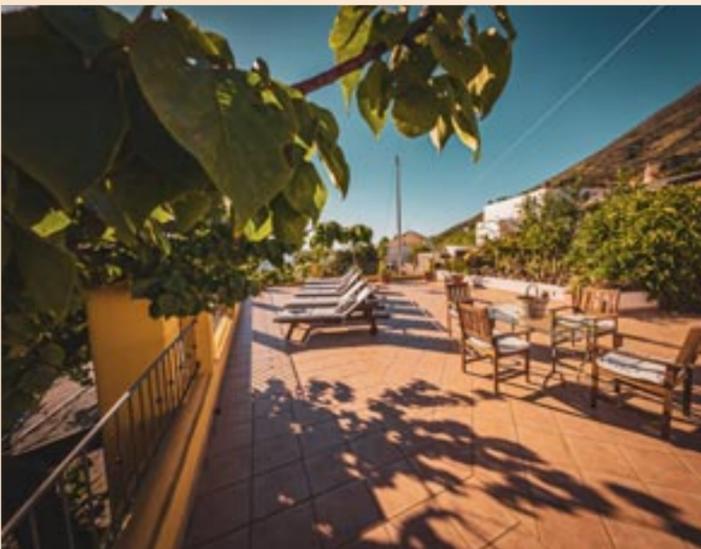
**La ripresa, dopo il difficile periodo** determinato dalla pandemia, è iniziata con vigore già nel corso del 2022. A certificarlo sono i numeri: tutto il gruppo, infatti, nei dodici mesi dello scorso anno ha conosciuto un incremento del volume d'affari pari al 20%. Già a partire dal primo trimestre dello stesso 2022 erano stati superati i dati del 2019, tendenza che si è confermata ed è anche migliorata nel restante periodo dell'anno. Altrettanto lusinghieri sono i risultati fin qui ottenuti nel 2023.

**Si pensi, infatti, che nel primo trimestre** l'incremento del volume d'affari ha toccato vette del +24% rispetto al già trionfale 2022. Le prospettive sul secondo semestre fanno ipotizzare stime vicine al +30%. Molto importanti sono anche le previsioni di lungo termine sul 2023, che prevedono un risultato vicino al +50% rispetto allo scorso anno.

**La programmazione, di conseguenza**, arriva già al mese di dicembre e all'importante periodo delle festività natalizie, altro snodo cruciale per l'attività di Interlude, e ai primi mesi del 2024. Una storia siciliana di successo, costruita da siciliani che – dopo aver acquisito un importante know how internazionale – hanno deciso di far ritorno nella propria terra e di creare qualcosa di signifi-

cativo. Obiettivo, senz'altro, raggiunto visti i risultati fin qui raggiunti e le rosee prospettive future. Idee chiare, progetti ambiziosi e lungimiranti... Questi i segreti di Interlude, che ha peraltro avuto la capacità di crescere e strutturarsi anche in un periodo complicato come quello dell'emergenza e delle restrizioni Covid. Proprio in quella fase, infatti, è nata una grande platea di clienti fidelizzati, oltre 10 mila persone che hanno aderito al programma loyalty del gruppo e che lo scelgono senza esitazione per programmare le loro vacanze. La capacità di fidelizzare il cliente, com'è facile intuire, è sicuramente uno dei punti di forza di Interlude. Punto di forza che lo rende l'alleato migliore, la soluzione più efficace soprattutto per le piccole strutture attive nel settore alberghiero. Realtà che, lo abbiamo detto, costituiscono l'ossatura del comparto ricettivo in Sicilia ed in Italia e che, viste le attuali contingenze, sono quelle che maggiormente abbisognano di un supporto industriale concreto per andare incontro al futuro.

**Un ulteriore elemento d'orgoglio** per la “famiglia Interlude” è dato dal fatto di essere riusciti a superare i confini regionali, ad esportare questo modello vincente altrove. Tra le strutture facenti capo al gruppo, infatti, ce ne sono diverse in località turistiche della Toscana. Regione che non ha certo bisogno di presentazioni e che, per storia, cultura e tradizione può contare su un sistema di accoglienza turistica ben strutturato. Un sistema nel quale rientra a pieno titolo anche Interlude, mostrando con fierezza che – quando agisce con competenza e capacità – l'imprenditoria siciliana può ottenere risultati di assoluto rilievo.



Al Belvedere di Salina