

La cultura dell'ospitalità made in Italy

I progetti del gruppo Egnazia per diventare riferimento delle realtà alberghiere nazionali

Laura Asnaghi

“**I**l nostro obiettivo è diventare un punto di riferimento degli imprenditori delle realtà alberghiere italiane che vogliono essere un polo di attrazione per il turismo valorizzando il territorio e le tradizioni con tutto il savoir faire dell'accoglienza italiana. La concorrenza delle compagnie internazionali incalza e soprattutto le piccole strutture devono reagire esaltando la propria unicità». Chi parla è Aldo Melpignano, figura di spicco nel mondo del turismo italiano di alto livello. Lui è proprietario e amministratore delegato di **Borgo Egnazia**, in Puglia e del Gruppo San Domenico Hotels. Ma è anche vice-presidente con delega per l'area ospitalità di Altagamma. Grazie al suo talento e la sua formazione negli Stati Uniti, dove ha fatto esperienza a fianco di Ian Schrager, uno dei grandi maestri della “nouvelle vague” dell'ospitalità, ha dato vita a un gruppo di gestione alberghiera, tutto italiano, con un modello operativo centrato sulla cultura dell'ospitalità “made in Italy”.

La “creatura” di Aldo Melpignano, concepita durante il lockdown e lanciata recentemente, si chiama “Egnazia Ospitalità Italiana”. «Le grandi compagnie alberghiere internazionali, che ammiro molto per il modo in cui operano, stanno acquistando o prendendo in gestione veri e propri gioielli su tutto il territorio - spiega l'imprenditore - e in questa situazione i piccoli alberghi indipendenti si trovano di fronte a una sfida che richiede strumenti gestionali più efficienti. Ecco perché noi ci poniamo l'obiettivo di affiancare queste strutture, spesso iconiche o con un potenziale molto alto, per tutelarle e farle crescere per diventare eccellenze italiane». Al-

do Melpignano è un guru della nuova ospitalità, con una storia iniziata nel 1996, quando ha affiancato sua madre nell'apertura della famosa **Masseria San Domenico**, un'esperienza a cui ha fatto seguito un decennio nel mondo della finanza e dell'hotellerie internazionale a 5 stelle. La formazione acquisita è stata messa a frutto nell'evoluzione alberghiera della sua famiglia, con la nascita di **Borgo Egnazia**, uno dei grandi successi dell'imprenditoria alberghiera, fiore all'occhiello per la promozione turistica della Puglia nel mondo. Questa indiscussa competenza gli ha permesso di far decollare Egnazia Ospitalità Italiana di cui oggi fanno parte diverse strutture distribuite sul territorio italiano. Oltre ad alcune proprietà di famiglia, che includono anche la Masseria le Carrube a Ostuni, nel portfolio del nuovo gruppo di gestione figurano il **Santavenere** di Maratea, l'**Hotel de Len** a Cortina D'Ampezzo, ed entro il 2024 sono previsti due nuovi ingressi, uno a Castel Badia a Brunico e un altro alle porte di Roma. Con l'obiettivo di arrivare al 2027 a venti strutture gestite. In questo percorso si innesta anche la collaborazione con Red Circle, la società di investimenti immobiliari e ospitalità che fa capo a Renzo Rosso, varata lo scorso anno con il **Pelican** Hotel di Miami.

Le strutture del gruppo Egnazia hanno un fatturato di 75 milioni di euro e offrono lavoro a 840 collaboratori. «Le nostre carte vincenti - conclude Aldo Melpignano - sono basate sul capitale umano, l'innovazione, la personalizzazione dell'esperienza, l'attenzione al benessere, la valorizzazione della cultura e delle tradizioni locali».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ALDO MELPIGNANO
Ad **Borgo Egnazia** e San Domenico Hotels

① Il **Santavenere** di Maratea, in Basilicata, è uno dei fiori all'occhiello del gruppo