

NUOVI LINGUAGGI

# In hotel? Si sta meglio che a casa. Parola di Toscani

Il fotografo ha firmato la nuova campagna pubblicitaria della **Starhotels**

**Lucia Serlenga**

■ «La mia casa è piccola ma le sue finestre si aprono su un mondo infinito» dice Confucio. È bello scoprire il mondo sentendosi meglio che a casa, ribatte Elisabetta Fabri, presidente e amministratore delegato della catena italiana di alberghi Starhotel che comunica questo concetto attraverso una gioiosa campagna pubblicitaria firmata da Oliviero Toscani. Il quale avendo girato tutto il mondo, la sa lunga in fatto di alberghi. «Più della metà delle mie notti dormite finora, le ho trascorse negli hotel» dice l'irriverente fotografo raccontando di aver fatto anni fa grandi viaggi nei paesi scandinavi dove ha scelto almeno un paio di mogli e ha anche scoperto non solo il fascino delle belle ragazze ma anche il comfort del piumino da noi pratica-

mente sconosciuto. Ed è proprio un delizioso piumino bianco a fare da paravento a cinque fasciose modelle che sorridendo sostengono un nuovo concetto: «Forget home» ossia puoi dimenticare la tua casa se sei in un albergo di Parigi, New York, Londra o Italia, dove vengono osservati tutti i sacri crismi dell'ospitalità. «Vogliamo abbattere il luogo comune che lontani di casa si sta male» spiega Elisabetta Fabri sicura che si possa indurre la gente a guardare le cose in modo diverso. «Noi per esempio teniamo molto alla famiglia, uno dei valori della cultura italiana» aggiunge il presidente sottolineando che in tutti gli alberghi Starhotel del mondo, quattro e cinque stelle - 20 in Italia, 3 a Londra, 1 a Parigi e 1 a New York - ci sono fino a quattro camere comunicanti, una sorta di piccolo appartamento dotato di

tutto, compreso del passeggiare per bambini, perché i nuclei familiari possano stare comodamente insieme. Ma l'attenzione della catena italiana fondata 35 anni fa e posseduta sempre dalla stessa famiglia che ne ha reinvestito gli utili portando il fatturato ai 200 milioni di euro nel 2015, si concentra anche sul mondo del business, degli eventi e del leisure. Del resto negli alberghi Starhotel - ad alcuni è stato aggiunto il marchio Collezione per indicare una speciale location, un'architettura fuori dal comune e un'eleganza di alto profilo - passano ogni anno un milione e cinquecentomila ospiti provenienti da tutti i paesi del mondo, in grado di apprezzare lo spirito dell'ospitalità italiana fatta anche di eccellenza quando si parla di tavola e cibo. Per questo è nata la collaborazione con Eataly.

