

Il caso. La tenuta senese del gruppo assicurativo amplia gli spazi, migliora la ricettività e ristruttura casali

Chianti, Allianz investe a San Felice

FIRENZE

■ San Felice, la tenuta del Chianti senese che fa capo al gruppo assicurativo Allianz, dà il via a un investimento da 15 milioni di euro per ampliare la ricettività, completare il restyling degli spazi destinati alla ristorazione, ristrutturare alcuni casali sparsi nella proprietà di 650 ettari circondata un paesaggio da cartolina.

Nel 2018, al termine dei lavori che si svolgeranno in tre fasi durante i periodi di chiusura inver-

nale dell'hotel cinque stelle "difuso" nel borgo medievale, le camere saliranno dalle attuali 53 (di cui 20 suite) a 65, con l'obiettivo di innalzare il target della clientela. «Vogliamo migliorare

LA STRATEGIA

Il direttore Danilo Guerrini: «Intendiamo migliorare ulteriormente il livello dei servizi offrendo agli ospiti una accoglienza unica»

ancora il livello dei nostri servizi – spiega Danilo Guerrini, direttore dell'hotel Borgo San Felice che fa parte del circuito Relais & chateaux – offrendo agli ospiti un'accoglienza unica in una zona di grande fascino».

Per la tenuta, acquisita dal gruppo Allianz nel 1978, significa fare un ulteriore salto di qualità che abbraccia anche la ristorazione e guarda alla solidarietà sociale. La cucina, affidata allo chef Fabrizio Borraccino, conta infatti sulle verdure provenienti

da un orto biologico, al centro di un progetto della fondazione Allianz Umana-mente che vede lavorare insieme ragazzi diversamente abili e anziani della zona.

I vini sono assicurati dalla tenuta, che produce e distribuisce 1,3 milioni di bottiglie (19 etichette) provenienti dai 130 ettari di vigneto suddiviso in tre zone: Chianti Classico, Montalcino e Maremma. A capo sia dell'Agricola San Felice che di Borgo San Felice, società entrambe controllate al 100% da Allianz, c'è Mario Cuccia, che anche nei vini ha deciso di puntare sul top di gamma col Chianti Classico "Gran Selezione", ultima creatura del consorzio che tutela la denominazione per posizionarsi al top della piramide qualitativa.

Nel vino come nell'hotellerie, dunque, l'obiettivo del gruppo Allianz sembra delineato: continuare a investire in Toscana, dove i manager del gruppo assicurativo sono "di casa", per specializzarsi nel segmento lusso e aumentare la valorizzazione e la redditività delle strutture.

S.Pi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

