

Dario Ferrante

IL VIAGGIO SU MISURA

CON LA SUA ABSOLUTE SICILIA CONFEZIONA VIAGGI DI LUSSO. TRA MENU AD HOC, LOCATION ESCLUSIVE E COCCOLE, COSÌ L'ISOLA SEDUCE I VIAGGIATORI PIÙ ESIGENTI

di Donata Agnello

Tailor-made, fatto su misura. È questo il leitmotiv della vita di Dario Ferrante, 47enne palermitano dal sorriso gioviale e coinvolgente che alla passione per il taglio sartoriale degli abiti femminili, ereditata dal padre, modellista di alta moda, ha preferito dare seguito, nella vita professionale, alla sindrome da cui

è affetto e farne il suo lavoro.

Una sindrome da cui siamo affetti in molti, in verità, spesso a nostra insaputa, quella da wanderlust, termine tedesco composto da wander, desiderio, e lust, camminare, girovagare: ovvero amante dei viaggi. Di cui si occupa per lavoro.

Non viaggi tradizionali, però, "per quelli ormai c'è internet" precisa. "Noi ci occupiamo di turismo 'esperienziale', tailor-made appunto, ovvero di viaggi di lusso su misura. Studiati sulla persona. Da uno staff di eccezione, composto da professionisti con nessun background turistico e che, proprio per questo, danno il loro contributo nel pensare, tutti insieme, a un'esperienza unica a 360°." "Persone che lavorano con me

e non per me. Senza alcuna classica gestione aziendale verticale. Lavoriamo per confezionare un prodotto ad hoc, per rendere unica la vacanza di ciascun ospite". Sì, ospite, non cliente. Perché l'ospite è, per definizione, colui che viene accolto, e che era considerato sacro dai popoli antichi, mentre 'cliente' è semplicemente colui che si avvale della prestazione di qualcuno o che acquista ciò che gli occorre. Invece quelli accolti da Absolute Sicilia - è questo il nome della società di cui Ferrante è CEO e fondatore insieme a Daniela Cinà - sono proprio ospiti. Coccolati e assistiti a distanza in tutto e per tutto. "Studiamo

la personalità del nostro ospite e anticipiamo i suoi desideri, di cui lui stesso non è spesso consapevole perché non ha un'idea precisa della vacanza che desidera o perché non conosce bene cosa la Sicilia abbia da offrire. Noi mettiamo insieme le eccellenze che offre il territorio, troviamo tutto ciò che ci viene richiesto e curiamo tutti i dettagli. L'equazione sulla quale si basa il nostro lavoro non è lusso uguale caro, ma lusso uguale qualità. Che è oggettivamente diverso, perché non sempre ciò che costoso è di qualità. Invece noi conosciamo e testiamo



ogni stanza di ogni albergo o villa che proponiamo e abbiamo provato tutti i ristoranti che suggeriamo e che creano, in esclusiva per noi, situazioni uniche". Niente format, niente stereotipi. Ogni singola vacanza è un'esperienza a sé, verificata prima di ogni arrivo. "Verifichiamo costantemente tutti i servizi e lavoriamo sempre con partner commerciali siciliani di altissimo livello, pronti a esportare il brand Sicilia in tutto il mondo attraverso noi". Sì, perché, udite udite, malgrado tutto, esiste ancora un brand Sicilia e va pure forte. Sul mercato la Sicilia è molto richiesta e c'è molta curiosità per l'isola. Il 'prodotto Sicilia' ha enormi potenzialità spesso poco conosciute. "Absolute Sicilia è nata proprio per valorizzare il territorio. Perché non tutti sanno che anche qui in Sicilia è possibile sorprendere un multimilionario americano, russo o giapponese. Sapete come? Eh... La verità è che ciò che per noi è abituale, per loro è lusso. E quindi avere Mozia in esclusiva al tramonto, fare un pic-nic sull'Etna o cenare sotto un ulivo con vista sulla storia più antica del mondo, cos'altro è se non vero lusso?". Certo, non è proprio così semplice come dirlo, ma sicuramente è vero.

E infatti la sfida di Absolute Sicilia, cioè vendere un prodotto difficilissimo - la Sicilia di eccellenza - in un segmento top molto diversificato - viaggiatori indipendenti, coppie e nuclei familiari molto facoltosi che si vogliono godere la vita - è per Ferrante il completamento di un percorso turistico iniziato già prima della laurea. Londra, Nord-Europa, il progetto Erasmus ad Amsterdam,

contratti come assistente residente in diversi Paesi del sud-est asiatico (può vantare nella sua personale statistica la conoscenza del 80% dei paesi europei e del 40% di quelli mondiali) e un incarico come direttore commerciale del maggiore tour operator irlandese. Tutte esperienze all'estero che lo abituano al problem solving e che gli consentono di comprendere le dinamiche del suo settore. Al punto da scoprire, un giorno, di avere voglia di nuovo. Così, dopo essere rientrato a Palermo per amore e aver gestito per diversi anni il tour operator Tour Plus Sicilia - che oggi condivide con la sua socia storica Daniela - inizia a percepire un importante cambiamento nella clientela. Che lui, acuto osservatore e professionista intraprendente qual è, coglie al volo. E crea Absolute Sicilia, presentata nel 2014 a Cannes, al Salone del Turismo del lusso al quale prendono parte i CEO dei migliori tour operator del lusso del mondo. "Inizialmente con Tour Plus eravamo abituati ai grandi numeri e a proporre pacchetti standard al mercato estero,

tedeschi, svedesi, polacchi, bulgari, ucraini e russi. Nel tempo un segmento di clientela particolarmente esigente ha iniziato a richiedere e prenotare servizi di livello superiore. E non ho più avuto a che fare con numeri, ma con persone. Che sono diventate sempre meno - nel senso di gruppi ristretti e non più la massa - e con esigenze sempre più particolari. Che ho deciso di studiare e di assecondare. Per stupirli e regalare loro emozioni uniche, perché legate al territorio e all'eccellenza dei prodotti siciliani. Oggi è questa la mia sfida: i soliti stereotipi sulla Sicilia sono superati e finalmente possiamo promuovere e far apprezzare il nostro modo di vivere la Sicilia". Non più solo ristoranti stellati dunque? "No, non solo. Perché per noi vince il territorio. Ristoranti familiari, personal chef, esperienze uniche. Perché Absolute Sicilia non è e non vuole più essere il tour operator classico. La nostra è una vera e nuova filosofia da esportare". Programmi? "Sto portando Absolute Sicilia a New York. Tappa fondamentale, altro passo avanti e crocevia di grandi possibilità. Consolidare ancora una volta questo mercato è un ulteriore traguardo. In pochi giorni incontrerò i maggiori luxury tour operators e influencer, quelli che hanno come raggio il mondo e noi, con il nostro prodotto Sicilia, vogliamo essere in quel raggio". ■



PERCHÉ NON TUTTI SANNO CHE ANCHE IN SICILIA È POSSIBILE SORPRENDERE UN MULTIMILIONARIO AMERICANO, RUSSO O GIAPPONESE. LA VERITÀ È CHE CIÒ CHE PER NOI È ABITUALE, PER LORO È LUSO

