All’Hotel Bad Schörgau, dove il vino fa rima con benessere

scritto da Lavinia Furlani | 26 Agosto 2024



Ci sono luoghi che come li vedi ti senti un privilegiato. È sufficiente il **primo impatto** per rendersi conto di trovarsi immersi in qualcosa di unico. È questo il caso del Bad Schörgau, un bellissimo hotel che si trova in Val Sarentino (Bolzano) che la si può considerare probabilmente la valle più incontaminata e meno antropizzata dell’Alto Adige.

Un angolo di pace straordinaria dove la bella struttura dell’hotel è ben inserita in un **paesaggio alpino** che ha pochi eguali.

Quando incontro **Gregor Wenter**, titolare dell’hotel, comprendo come questo luogo, sia per quanto riguarda l’accoglienza (solo 22 stanze rinnovate nel 2018) che per la ristorazione, sia fortemente legato alla **filosofia** di quest’uomo e della sua

famiglia.

Una filosofia che fin dalla genesi dell'hotel l'ha portato a privilegiare il benessere degli ospiti e la sostenibilità a costo talvolta di mettere in **secondo piano** l'interesse economico.

"Non dico che vogliamo rimetterci – spiega Gregor – ma per noi mettere al centro il benessere dei nostri ospiti non solo è una priorità assoluta ma corrisponde perfettamente con il nostro **modo di concepire** la vita".

Tutto parla di **benessere e sostenibilità** al Bad Schörgau ed è stato molto interessante comprendere da Gregor Wenter i principi sui quali basa la sua offerta alberghiera, di wellness e, ovviamente, anche la sua selezione di vini.

Che tipo di scelta è stata fatta nella strategia di sviluppo nel tuo hotel riguardo al tema della sostenibilità, su quali ambiti consideri la tua offerta turistica una offerta sostenibile ?

Non credo che si debba parlare di ambiti specifici. La sostenibilità, anche al di fuori della gastronomia, va vista come un **insieme** di sistemi complessi e circolari, in cui ogni singolo aspetto è essenziale per raggiungere un equilibrio complessivo. Ho smesso di considerare il mio hotel come un insieme di ambiti separati e compartimenti stagni, e ho iniziato a vederlo come un **tutt'uno**. Da quando ho adottato questa visione olistica, percepisco un'armonia completamente diversa. La cosa più gratificante è che i nostri ospiti sono stati i primi a notarlo, facendomi capire l'importanza di questo piccolo ma significativo cambiamento.

Con quali criteri viene costruita la vostra originale e interessante carta dei vini?

È molto semplice da spiegare: proviamo a scegliere i vini secondo il nostro sentimento.

Cerchiamo di capire che sensazione ci lascia il vino e teniamo in considerazione anche il gusto, che ovviamente è fondamentale, ma è anche soggettivo ed individuale.

Inoltre, per comprendere meglio i vini abbiamo conisciuto di persona quasi tutti i nostri "*Vigneron*". È fondamentale essere in contatto con chi sta dietro il vino.

Infine, si impegniamo a proporre una carta di soli **vini naturali**, partendo dall'Alto Adige in Italia, passando poi per Austria, Germania e Francia, arrivando ad un 5% proveniente dal resto del mondo.

Con l'ingresso dello chef Mattia Baroni che tipo di scelta di ristorazione è stata fatta e per quali ragioni?

Con l'arrivo di Mattia l'offerta gastronomica si è **armonizzata** perfettamente con il resto della casa. Non si tratta solo di sostenibilità, ma di **identità**. Ogni angolo dell'hotel racconta una storia ben precisa: dal terriccio delle fondamenta utilizzato per i coppi del tetto, alla vecchia cappa della cucina in ghisa ora usata come cappa del caminetto nella lobby.

Mattia **condivide** questo spirito e ritiene che cucinare ingredienti locali esaltandone i sapori intrinseci sia il modo migliore per esprimere l'identità del luogo. Inoltre, sviluppa tecniche di fermentazione con l'obiettivo di dare nuovo valore alle materie prime, proprio come è successo con la vecchia cappa della cucina quando è arrivata quella nuova.

Il valore che attribuiamo al nostro operato è il risultato di un pensiero che sembra innovativo, ma in realtà è profondamente radicato nelle nostre autentiche **tradizioni**. Gli ospiti se ne accorgono e lo apprezzano.

La valle in cui si trova l’hotel è tra quelle che si oppongono allo sviluppo del turismo di massa. Quanto è importante questo per voi?

Sicuramente trovarci in una delle ultime valli non travolte dal turismo di massa come il resto dell’Alto Adige ha le sue peculiarità. Da una parte, siamo spinti a migliorare costantemente per offrire ai nostri ospiti un’esperienza autentica e identitaria, in modo da **attirare** la loro attenzione. Dall’altra, il fatto che qui si vedano pochi turisti fa sì che arrivino solo coloro che **cercano qualcosa di unico** per poter trascorrere momenti pieni e indimenticabili insieme a noi.

La clientela è di tipo internazionale. Che differenze noti tra l’approccio di clienti internazionali e quello di ospiti italiani sulla tematica della sostenibilità? Dove percepisci maggior sensibilità?

Devo ammettere che tutti rimangono particolarmente colpiti da ciò che facciamo qui e da quanto ci sembri **naturale** farlo. Forse ciò che sorprende di più è la quasi assenza di **incongruenze**; quelle poche che esistono siamo i primi a evidenziarle, perché stiamo costantemente cercando di migliorare.

Se dovessi esprimere una preferenza, direi che gli stranieri sembrano essere più consapevoli del fatto che il cambiamento è in atto e va **supportato** in tutti i modi possibili. Tuttavia, anche i clienti italiani stanno mostrando una crescente sensibilità verso la sostenibilità, apprezzando sempre più il nostro impegno in questa direzione.