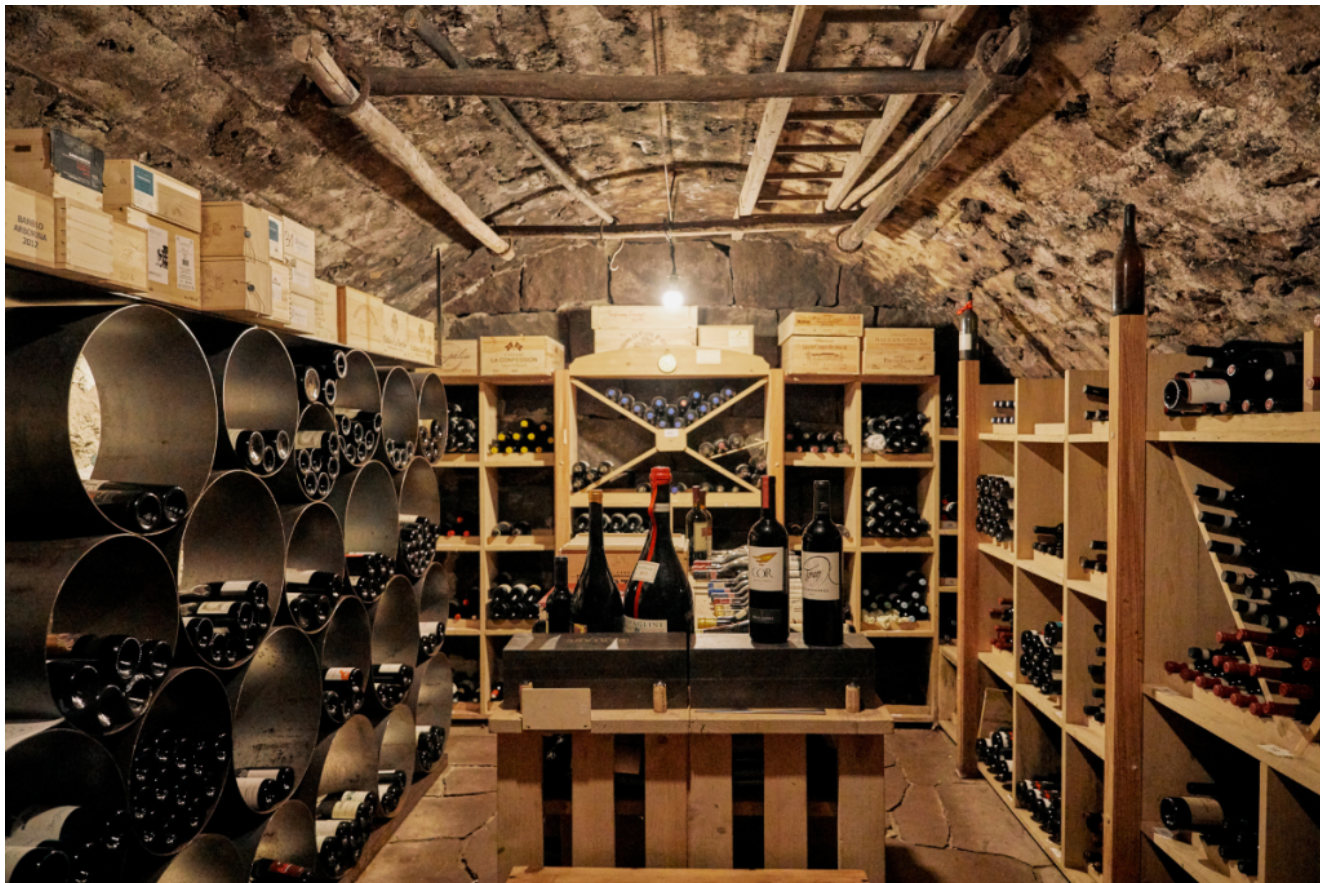


# All'Hotel Bad Schörgau, dove il vino fa rima con benessere

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 conosciuto 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.