Turismo d'Italia

Mensile

Data 12-2011
Pagina 8
Foglio 1

www.ecostampa.it

Le più belle SPA italiane

I vincitori del prestigioso Italian SPA Awards, sono stati annunciati ieri in un'affollata cerimonia tenutasi nel corso di Host, Fiera dell'Ospitalità, in corso a Milano. Organizzata da Area Wellness, in collaborazione con Hotel SPA Design, la manifestazione giunta alla sua seconda edizione premia la qualità e l'eccellenza di un mercato che è in continua crescita e trasformazione. Quattro le categorie: nuova SPA, Urban SPA, Eco SPA e Destination SPA. A votare sono direttamente i clienti che esprimono in questo modo il loro apprezzamento per l'ambientazione e i servizi ricevuti, ma anche per la particolare attenzione messa in mostra nei riguardi della natura e il rapporto con il territorio. Migliaia di voti giunti per posta o via internet, che hanno delineato un quadro molto positivo del comparto benessere che in Italia offre lavoro a circa 100mila persone per un giro di affari di oltre 2 miliardi di euro. Prima classificata nella categoria Nuova SPA, la Prince Spa all'interno dell'hotel Parco dei Principi a Roma che ha superato di pochi voti il Four Seasons di Firenze . Vincitrice della categoria Urban SPA una struttura di Milano, Aquae Calidae che ha vinto l'agguerrita concorrenza della KAMI SPA di Roma che nel 2010 si era affermata come la migliore SPA cittadina d'Italia. Attenzione al rapporto con l'ambiente, alla scelta dei materiali e alla ecosostenibilità del progetto, questi i valori identificati per motivare la vittoria nella categoria Eco SPA della Alpenspa dell'Hotel Milano di Castiglione della Presolana (BG) che si è imposta su realtà già affermate come l'hotel Andreus di Merano (BZ) . Per finire, nella categoria destinata a identificare la più bella struttura recettiva che attira l'attenzione degli amanti del wellness, Destination SPA c'è stata lotta al fotofinish fra le Terme di Saturnia, l'Adler di Bagno Vignoni e le Terme Di Bormio che, alla conta finale dei voti, hanno vinto per un soffio. Per tutti, uno stimolo a migliorare la propria offerta e a continuare ad affermare uno stile made in Italy anche nel benessere, per non perdere punti nei riguardi di una concorrenza che arriva da tutti dai Paesi che si affacciano sul Mediterraneo e che si fa sempre più agguerrita.

106435

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.