

SPAGHETTIMAG.

FASHION &
BEAUTY

LIFESTYLEINTERVIEWS

ART &
PHOTOGRAPHY

NEWS ABOUT

SHOP
ONLINE

CONTACT



In conversation with Giacomo Maschietto

By Allegra Spagnoli 15 Luglio 2022



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Giacomo, la sua famiglia, la famiglia Maschietto, è protagonista, sin dagli anni '60, della storia dell'Augustus Hotel & Resort, le

sue sette ville, l'Augustus Beach Club e l'Hermitage Hotel & Resort. Tra queste, l'iconica Villa Agnelli. Una famiglia che si porta dietro un heritage fatto di successi e di traguardi importanti, fino ad arrivare ad oggi. Cosa significa per lei, CEO dell'azienda, portare avanti un percorso e un bagaglio così importante di family business?

Sicuramente è per noi un grande successo essere arrivati fino ad oggi. L'Augustus possiamo dire rispecchi quella che è la tradizione del luogo, Forte dei Marmi, attraverso l'attenzione che dedichiamo ad ogni cosa che facciamo. Abbiamo cercato di conservare e preservare quello che era lo spirito legato alla Dolce Vita, rivisitandolo e aggiornandolo costantemente. Questo perchè, in qualche modo, io ritengo che l'Augustus debba rappresentare un luogo senza tempo. Un luogo magico che permetta ai nostri ospiti di immergersi in una location che trasmetta loro un'atmosfera di altri tempi, che rimanda al passato ma, allo stesso tempo, assolutamente presente e attuale. Questa è la nostra filosofia di pensiero e ciò che intendiamo comunicare.

In un luogo simbolo della Dolce Vita italiana, ricco di charme, di eleganza e dispensatore di benessere, l'Hotel Augustus è sinonimo di tradizione, storia e famiglia. Che valori hanno per lei, queste parole, che parole non sono?

La tradizione per noi è chiaramente fondamentale. Siamo assolutamente legati a questo valore imprescindibile e cerchiamo tutti i giorni di raccogliere l'eredità, che mio nonno ci ha lasciato e ha tramandato, e mantenerla nel tempo. Non siamo mai stati interessati a seguire le mode bensì a conservare un'atmosfera e un heritage passati, che sono poi gli elementi che fanno dell'Augustus un luogo simbolo di Forte dei Marmi e della Versilia. E proprio per il rispetto della tradizione e della storia, vogliamo continuare a scrivere le pagine di questo posto seguendo le orme di ciò che è stato.

Oggi, l'Augustus Hotel & Resort, è un luogo dove poter ancora respirare quell'atmosfera legata agli anni '60, al lifestyle, al lusso pacato e mai volgare. Come si riesce a conservare una storia, pur rinnovandola e reinterpretandola, al fine di un'ospitalità sempre (e da sempre) eccellente e raffinata?

È sicuramente uno degli aspetti più affascinanti del nostro lavoro ma, allo stesso tempo, anche più complessi. Da una parte dobbiamo necessariamente seguire ciò che succede e quelli che sono oggi i dettami del lusso. Dall'altra, noi abbiamo, ancora oggi, un'ancora che ci tiene legati alle tradizioni. In generale, come famiglia, siamo sempre stati legati al concetto di tradizione e, nel corso del tempo, di generazione in generazione, si è tramandato. Fino ad arrivare ai giorni d'oggi, in cui il dna è rimasto quello e un sottile fil rouge lega il presente con il passato. Lavoriamo costantemente e puntiamo moltissimo sulla cura e sulla revisione del prodotto, investendo a tal proposito gran parte dei nostri guadagni. Il nostro intento è quello di dare quell'idea di vintage assolutamente ricercato. Ed è difficile, poiché c'è una linea sottile che separa ciò che viene considerato "vecchio", dal "vintage". Ad ogni modo, questo è quello che cerchiamo di trasmettere e ciò che è insito, da sempre, nel dna dell'Augustus e della nostra famiglia. Tutto è "tailor made", ogni singola cosa è studiata per far sì che si crei un'atmosfera unica da far vivere ai nostri clienti.

Paradiso che fa da cornice indiscussa del Resort, è l'Augustus Beach Club: con le sue tende tipicamente fortemarmine, il bar, il ristorante, la piscina ed il giardino, Bamba Chill, offre un'esperienza esclusiva ad ogni ospite. Quanto è importante e quanto difficile, allo stesso tempo, prestare la massima attenzione ad ogni dettaglio, affinché l'ospitalità risulti eccellente?



Noi ci prepariamo, in tal senso, in maniera molto meticolosa. L'Augustus posso dire essere diventato, con me, una vera e propria azienda. Siamo molto strutturati e diamo massima attenzione alla cura e al trattamento del cliente, nonché ad ogni esigenza o richiesta che ci viene fatta. Sulla spiaggia abbiamo concentrato gran parte dei nostri servizi, a partire dal ristorante sul mare, la piscina e molto altro. Offriamo svariati servizi, appunto, che molto spesso vengono cuciti ad hoc sul cliente, in base alle esigenze e alle richieste. Il tutto, prestando sempre la massima attenzione ai dettagli e al cliente, che è la nostra priorità assoluta. Non è semplice ma è ciò su cui lavoriamo ogni giorno.

I servizi che offrite sono innumerevoli. Dalle cene private sulla spiaggia, ai matrimoni, alla creatività per i bambini grazie al programma Kids Time. E poi ancora benessere e tecnologia, racchiuse in un'unica parola: la Nave. Ci racconti di più in merito alle vostre iniziative e proposte.

I nostri servizi sono tantissimi, dalla possibilità di degustare la cena comodamente sotto la tenda, in spiaggia, all'iniziativa "kids time": offriamo esperienze di intrattenimento per i più piccoli, ad orari richiesti, come il circo, la pittura o i giochi con i castelli. I bambini così non si annoiano mai. Inoltre, siamo, da anni ormai, richiesti per la nostra capacità di organizzare i matrimoni. Studiamo il progetto dalla A alla Z ed i clienti ne escono sempre soddisfatti e ricordano la giornata come indimenticabile. Quest'anno, abbiamo poi deciso di rinnovare la Nave. I nostri clienti possono usufruire degli innumerevoli servizi offerti dalla SPA, come i massaggi o i trattamenti benessere, oltre che della palestra. Personalmente, sono uno sportivo, quindi ci tenevo molto che ci fosse questo spazio. A tal proposito, ho deciso di avviare una collaborazione con Tecnogym, azienda leader che produce macchinari all'avanguardia e posso affermare che i nostri clienti ne sono molto soddisfatti. Vogliamo sì rappresentare il concetto e l'idea del vintage ma pur sempre, allo stesso tempo, aggiornarci e non fermarci mai. Cerchiamo quindi di rendere al meglio e di rinnovare ogni prodotto, così come ogni parte del resort.

I social ricoprono ormai un ruolo fondamentale nella vita e per il lavoro di tutti noi. Che influenza e rilevanza hanno su di voi e sulla vostra realtà?

Noi utilizziamo i social in maniera qualitativa. Il nostro intento è quello di far trasparire quella che è la qualità che esprimiamo e quello che è il nostro brand. Pertanto si percepisce, attraverso i nostri profili, cosa rappresenta l'Augustus, come viene accolto il cliente e come si svolge un nostro soggiorno. I nostri profili social non sono "urlati", non postiamo in continuazione ma vogliamo mantenere uno stile pacato. Sicuramente, il mostrare l'esperienza diretta, è un passaggio fondamentale. Oggi, sempre di più. Soprattutto se a mostrare la nostra realtà sono personaggi affidabili dal punto di vista del gusto e dello stile. E che ci dimostrano sempre e costantemente grande apprezzamento.

Tra le novità della nuova stagione, spicca la nuova proposta culinaria dello Chef Giovanni Giammarino. Come si prepara, sotto i vari fronti, l'Augustus all'estate in arrivo? Quali sono le novità e i progetti che avete in serbo per il futuro?

Da tempo portiamo avanti la nostra collaborazione con lo storico marchio Gallo, affine a noi per la ricerca del prodotto. Oltre ai classici costumi, ormai indossati da tutti, quest'anno abbiamo lanciato una novità: la felpa, che ha come colori quelli rappresentativi dell'Augustus, il bianco, il rosso e il blu. Inoltre, abbiamo realizzato insieme dei nuovi e bellissimi cuscini per le terrazze della Nave. Sicuramente, direi che a livello di novità, per questa nuova stagione estiva, al centro vi è il food and beverage, sul quale ci siamo da sempre concentrati al massimo delle nostre potenzialità e che abbiamo deciso, in un certo senso, di rinnovare. Siamo entusiasti della proposta dello Chef Giammarino, che possiede delle spiccate peculiarità dal

punto di vista della presentazione del prodotto. Vogliamo valorizzare sempre di più il ristorante, soprattutto quello del Bambaissa, che ha una sua storicità ma che vogliamo che, con lo Chef Giammarino, assuma un ruolo ancora più centrale. Inoltre, abbiamo intrapreso una nuova collaborazione anche con il brand Pineider. Altra scelta, come vede, che identifica il nostro modo di selezionare i marchi, tutti accomunati da un heritage importante. Abbiamo realizzato dei prodotti, come piccole agende o penne stilografiche, che diventano omaggi per i nostri clienti più affezionati. Le collaborazioni crossover, come quelle stiamo mettendo in atto, danno l'idea di quello che siamo e del nostro posizionamento. Per concludere, ciò che ci tengo a dire e comunicare è che l'Augustus ha come focus centrale l'attenzione per il cliente. Molto spesso gli alberghi si dimenticano che questo deve essere l'obiettivo principale. Noi lavoriamo per rendere il nostro cliente protagonista di una vacanza indimenticabile. Che poi è tutto ciò che conta e che ci rende orgogliosi.

#AugustusBeachClub

#AugustusHotel&Resort

#Bambachill

#Bambaissa

#CEO

#GiacomoMaschietto

#Inconversationwith

#LaNave

#Luxurylifestyle

#VillaAgnelli

#VillaPesenti



Allegra Spagnoli

Recommended For You

