

Living Elba: quando il lusso diventa ecosistema

Patrizia Lupi



Intervista a
Edoardo Guarducci Bernard



©Michele Martino

*Il turismo oggi non è solo accoglienza.
Cosa c'è dietro l'idea di Living Elba?*

Living Elba - Luxury Travel nasce da una consapevolezza maturata in quasi vent'anni: una singola struttura, per quanto "speciale" come Baia Bianca Suites, di proprietà della mia famiglia, non può cambiare il destino di un territorio complesso come l'Elba. Abbiamo bisogno di una rete. Penso per questo a un "Club", una rete di imprenditori illuminati del settore lusso, che condividano la stessa visione: promuovere l'isola come un ecosistema d'eccellenza. Non è un'operazione di facciata: farne parte significa investire concretamente in comunicazione e grandi eventi internazionali. Se vogliamo parlare a mercati globali, dobbiamo presentarci con una massa critica di qualità, selezionata e coerente.

*L'Elba è spesso percepita come una meta stagionale legata al classico turismo balneare.
Come può, il settore lusso, cambiare il paradigma?*

Il lusso non è sfarzo fine a se stesso, ma capacità di offrire il "su misura" e valorizzare l'identità profonda del luogo. La nostra strategia per destagionalizzare passa per l'integrazione di esperienze che prescindono dal calendario balneare. Penso al diving esclusivo a Pianosa, al Sailing ed allo Yachting fra le Perle del Tirreno, all'e-bike o al trekking

per scoprire l'Elba più intima. Vogliamo che l'ospite internazionale arrivi qui anche a ottobre o ad aprile per "respirare" l'Elba napoleonica o etrusca, perdersi nei vigneti che sanno di sale per vivere un lusso esperienziale che è, per definizione, fuori dal tempo e impagabile. L'inserimento dell'isola nel mondo esperienziale e Longevity potrà sicuramente essere un fattore trainante nella destagionalizzazione.

Hai accennato a un concetto molto interessante: il turismo rigenerativo che "restituisce" qualcosa al territorio. Come si sposa con i bisogni dell'ospite moderno?

L'ospite contemporaneo, di un certo tipo di mondo lusso, cerca una connessione profonda con la terra e con la comunità che lo accoglie. Cerca emozioni genuine ed attività che arricchiscano il suo bagaglio di conoscenze. Nel progetto Living Elba, ogni esperienza - che sia il cibo, il vino, il kayak o l'equitazione - mira a creare un dialogo silenzioso con la natura e la cultura dei luoghi lasciando un segno nella memoria. Noi intendiamo accompagnare chi deciderà di visitare la nostra isola in questa scoperta. Il benessere, in questo senso, non sarà volto solo a curare il corpo, ma sarà la ricerca dell'equilibrio tra corpo, mente ed il ritorno alla natura. Con Living Elba vogliamo far conoscere un'offerta che rigeneri chi ne vorrà usufruire e, al contempo, rispetti e valorizzi l'isola.

La rete tra imprese richiede una visione condivisa.

Come si convincono gli operatori locali a fare squadra?

È una sfida culturale, superando le consuete dinamiche relazionali. Il messaggio è chiaro: chi entra in questa rete deve credere nel progetto al punto da finanziarlo. Solo così si ha la forza di portare uno chef stellato o un fotografo di fama o di entrare nei circoli privati più esclusivi per raccontare la nostra offerta. Dobbiamo creare uno standard di qualità comune. Se un ospite dorme in una suite di lusso ma poi non trova un servizio di yachting o un'esperienza di wine tasting all'altezza, l'intera catena del valore si spezza. Living Elba serve a garantire la qualità di ogni esperienza.

Parlando di futuro e innovazione, quali sono i prossimi passi per consolidare un posizionamento internazionale?

Dobbiamo essere presenti dove si muovono i flussi del lusso mondiale, ma con un approccio sartoriale e non di vendita. Dobbiamo raccontare senza proporci, forti e coscienti della bellezza e qualità di quello che l'isola offre.

Non vogliamo un turismo di massa; vogliamo persone che sappiano apprezzare sia la storia che la natura selvaggia, che rispettino e si prendano cura di questa isola bellissima per quanto fragile.

La cultura è parte integrante del benessere dell'anima. Il nostro obiettivo è trasformare l'Elba in una destinazione dove l'innovazione tecnologica - necessaria per la promozione e i servizi - si fonde con l'accoglienza umana più autentica. Siamo solo all'inizio di questa "rivoluzione gentile" del lusso elbano.



The Living Elba - Luxury Travel project stems from Edoardo Guarducci Bernard's idea to turn the Island of Elba into an ecosystem of excellence. His initiative goes beyond the concept of one single establishment to build a network of forward-thinking entrepreneurs ready to invest in quality, communication and major events. The target is to present the project to global markets with a coherent 'critical mass', able to guarantee high standards in every service, from accommodation to yachting.

The new model of luxury is not about flamboyance, rather it is about the ability to offer a tailor-made experience that brings out the identity of the place. The strategy aims to reduce the seasonal nature of tourism by suggesting experiences that go beyond the beach, ranging from itineraries following in Napoleon's footsteps or the Tuscan Renaissance to nature-based tours exploring the island's biodiversity and geological diversity.

We are talking about regenerative tourism where well-being comes from a balance between people, culture and the environment.

Living Elba wants to attract international visitors who are looking for real, genuine connections, making the island into a place where technical innovation blends with the warmest of hospitality.

Das Projekt Living Elba - Luxury Travel geht auf eine Initiative von Edoardo Guarducci Bernard zurück. Ziel ist es, die Insel Elba touristisch stärker im gehobenen Segment zu positionieren. Im Mittelpunkt steht nicht ein einzelner Betrieb, sondern der Aufbau eines Netzwerks von Unternehmen, die in Qualität, Kommunikation und größere Veranstaltungen investieren wollen.

Die Initiative soll dazu beitragen, Elba auf internationalen Märkten mit einem einheitlicheren Profil zu positionieren und von der Übernachtung bis hin zum Yachting einen hohen Standard zu garantieren. Luxus wird hier nicht als Zurschaustellung verstanden, sondern als individuell zugeschnittenes Angebot mit Bezug zur lokalen Identität. Die Strategie zielt zudem darauf ab, den Tourismus stärker über das Jahr zu verteilen. Angebote die nicht allein vom Meer abhängen wie z.B. die Spuren Napoleons oder die der toskanischen Renaissance erkunden, sowie Naturerlebnisse, die biologische und geologische Vielfalt der Insel zeigen, rücken zunehmend in den Mittelpunkt.

Living Elba versteht sich als Ansatz für einen regenerativen Tourismus, der Kultur, Umwelt und Gastfreundschaft stärker miteinander verknüpft. Zielgruppe sind internationale Gäste, die unmittelbare Einblicke in Kultur und Inselalltag suchen. Die Insel soll damit als Destination positioniert werden, in der qualitätsorientierte Dienstleistungen, lokale Identität und moderne Innovation zusammenwirken.

Diese Männer, zu Recht als echte „Meister“ bezeichnet, hinterließen ein Erbe, das von Geradlinigkeit, Opferbereitschaft und Widerstandskraft geprägt ist. Es waren Persönlichkeiten von großer Autorität und Verantwortung, ausgestattet mit eisernem Willen und zugleich mit einer tiefen Menschlichkeit.