



► 24 luglio 2019

**MUNTONI**

Donne e impresa, parla la brand manager del colosso alberghiero Delphina: «Puntiamo sul green»

A PAGINA 10

DONNE E IMPRESA Parla Elena Muntoni, manager del colosso turistico-alberghiero gallurese Delphina

«La filosofia green è il punto di forza del nostro business»

«Ho sempre avuto le idee chiare, fin da bambina, su cosa avrei fatto nella vita. Sono fortunata, mio padre mi ha trasmesso l'amore per questa terra e per questo lavoro, così seguire le sue orme è stato naturale». Elena Muntoni, 32 anni, è "brand director" di Delphina hotels & resorts, colosso dell'accoglienza fondato dall'ex sindaco di Aggius Francesco Muntoni, giro d'affari da 70 milioni di euro, oltre mille dipendenti in alta stagione, dodici alberghi a 4 e 5 stelle, due residence, ville e sei centri thalasso in Gallura, tra Cannigione, Palau, Santa Teresa, Isola Rossa e Badesi.

Com'è la sua giornata?

«Sveglia tra le 6 e le 7, colazione, giornali e via in ufficio, dove mi confronto con i direttori delle varie strutture e, una volta alla settimana, riunione col resto della famiglia, con mio fratello, mio babbo e mio zio».

La sua formazione.

«Liceo linguistico a Tempio, poi la triennale di Economia e Gestione aziendale a Milano e la specialistica in General management, in inglese, a

Roma. A 16 anni sono stata sei mesi in Nuova Zelanda, dove ho imparato tanto in termini di marketing turistico ed educazione al rispetto del pianeta. Pensi che hanno una serie tv in cui i controllori dell'aeroporto sono cattivissimi e aprono tutte le valigie per scoprire chi porta via sabbia e conchiglie».

Quando ha cominciato a lavorare?

«Dopo la laurea, a 26 anni, nel momento del boom dell'online, e mi sono subito occupata del potenziamento dei nostri siti web. Seguo i contenuti che vengono diffusi, immagini e video, vado alle fiere, in Germania, Inghilterra, Nord Europa, Russia, Dubai, New York. Sono un momento di confronto importante con altri mercati, si capisce come cambiano le tendenze».

Viaggia anche per piacere?

«Sì, sempre in posti diversi, alterno vacanze leisure ad altre più culturali e toste. L'ultima l'ho fatta in America, la prossima sarà in India».

Tra i numerosi riconoscimenti, il "Valle dell'Erica" ha appena**vinto l'Oscar mondiale come migliore green resort d'Europa. Cosa significa?**

«Alla base di tutto c'è la natura. Mio padre ha costruito gli hotel in perfetta armonia con il paesaggio, preservando alberi e piante e le rocce di granito. Utilizziamo solo energia da fonti rinnovabili, abbiamo colonnine per la ricarica di vetture elettriche ovunque, diamo cannuccie, vaschette, penne e ciabattine biodegradabili, la linea di cortesia è in cartonato, l'inchiostro per la stampa dei dépliant è vegetale».

Chi sono i vostri clienti?

«La maggior parte sono italiani ed europei, meno dall'Asia e dall'Oceania, perché

laggiù la Sardegna è sconosciuta. Ma quando arrivano sono felicissimi, e sorpresi di trovare un mare che pensavano esistesse solo ai Caraibi e alle Fiji».

Vip?

«Molti politici importanti, che vengono da noi, anziché andare in Costa Smeralda, perché non hanno i riflettori puntati addosso. E noi non possiamo tradire il loro desiderio di privacy. Altri che possono essere citati sono

HA DETTO

«Dodici mesi all'anno non potremmo aprire, ma 8 mesi e mezzo sì, se ci fossero collegamenti diretti con il resto del mondo. La gente vuole sempre più un turismo attivo e sostenibile: trekking, escursionismo, arrampicata
Elena Muntoni



► 24 luglio 2019

"Papu" Gomez, Giorgia Palmas e Filippo Magnini, Natalia Bush, James Haskell e Madley Chloey, Joe Wicks».

Cosa dovrebbe fare la Regione per il vostro settore?

«Una promozione chiara e costante, non si deve cambiare ogni anno messaggio, una destinazione dev'essere riconoscibile e radicarsi nell'immaginario delle persone. Tutte le regioni italiane hanno un patrimonio enogastronomico, noi invece dobbiamo puntare su ciò che ci rende veramente unici: il mare e l'archeologia. Tutti conoscono Stonehenge e l'Isola di Pa-

squa, noi abbiamo 7000 siti, le nostre regge nuragiche, i nostri menhir e i nostri pozzi sacri non hanno certo meno fascino, però non li pubblicizziamo».

E la legge urbanistica?

«Ecco, serve una legge che ci consenta di dare servizi all'altezza a chi è disposto a spendere. In termini di costi non siamo competitivi con Turchia, Mar Rosso e Nord Africa, ma abbiamo le carte per differenziarci, la nostra terra è più bella e più preziosa. Ovviamente non parlo di cubature, ma di un supporto per salire di qualità. Per fare un esempio banale, molte volte non abbiamo neppure la possibilità di fare un piccolo ampliamento a un ristorante per far sì che gli ospiti in bassa stagione possano mangiare al chiuso».

Cristina Cossu

RIPRODUZIONE RISERVATA



MANAGER
 Elena
 Muntoni,
 32 anni,
 marketing
 e brand
 director
 nell'azienda
 di famiglia,
 la Delphina
 hotels &
 resorts