

Il vero lusso nel 2026 non è lo sfarzo: il metodo dell'imprenditore italiano che ha trasformato il glamping in alta hôtellerie

2026-09-08 14:28:30 di Forbes.it

URL:<https://forbes.it/2026/09/08/mattia-ferro-nuovo-lusso-luxury-camp/>

Contenuto tratto dal numero di maggio 2026 di Forbes Italia. [Abbonati!](#) di Mirko Crocoli **A Mattia Ferro** - imprenditore del marketing e del digitale e innovatore del turismo italiano di alta gamma - abbiamo chiesto cos'è il lusso nel 2026. Perché Ferro ha inventato un format: la fusione tra glamping (il campeggio di lusso) e alta hôtellerie. È il fondatore di Luxury Camp all'interno di Union Lido, a Cavallino-Treporti, Venezia: suite progettate come un vero rifugio, una sorta di santuario, un moderno hortus conclusus, con soggiorni da oltre 1.000 euro a notte e una clientela internazionale composta da imprenditori, hotel manager e celebrità dello sport, del cinema e della musica. La sua tesi è che il lusso oggi non è sfarzo, ma sostanza: silenzio, autenticità, cura umana. Ciò che l'ospite evoluto ha smesso di trovare altrove e cerca qui. **Oggi il mercato è pieno di strutture che usano le stesse parole e restituiscono un'esperienza qualunque. Come si distingue il lusso vero dal lusso scritto su una brochure?** Nel 2026 'empatia' è la parola più inflazionata del settore. Eppure, quando entri nelle strutture, te ne accorgi subito: quasi nessuno la sa trasformare in metodo. Il punto è che si confonde l'effetto con la sostanza. Un'accoglienza scenografica non vale nulla se l'ospite non percepisce empatia e un servizio ad hoc. Le persone non cercano stupore, ma concretezza e sicurezza emotiva, e affidano per qualche giorno il loro tempo a noi operatori. Abbiamo una grande responsabilità: dobbiamo garantire esperienze serene e memorabili per quei giorni di vacanza conquistati con tanto sacrificio. **Quanto pesano disciplina e fortuna per raggiungere il successo?** Non è una ricetta matematica, ma possiamo dire: 25% coraggio, 25% determinazione, 25% fortuna, 25% conoscenza. La fortuna non è casuale, ma il risultato degli altri tre ingredienti, trasformati in conoscenza e metodo. Questi valori, per me fondamentali, mi sono stati trasmessi da un mio mentore: Damijan Podversich. **Il suo metodo è nato dal mondo delle vacanze open-air. È replicabile nel lusso più tradizionale?** Assolutamente sì. Se Aman ha fatto della discrezione un linguaggio globale, noi stiamo dimostrando che lo stesso principio funziona nel contesto aperto sulla natura. In una 'casa mobile' lo spazio è minimo, ma soddisfiamo le aspettative degli ospiti con l'accoglienza, il servizio e la cura dei dettagli. Se riesci a creare comfort e benessere in questo contesto, puoi farlo ovunque. Il lusso non è quantità: è qualità. Un mio amico e mentore, Diego Rizzi, che opera nel retail e nel real estate di lusso, mi ha trasmesso un valore fondamentale: devi prevedere i bisogni del tuo cliente prima che lui li esprima; devi proteggere il tempo che investe nel tuo contesto. **Se dovesse lasciare un messaggio finale?** Il vero lusso non è quello che prometti quando vendi, ma quello che ottieni quando il cliente ritorna. Perché dietro ogni sorriso c'è qualcuno che ha bisogno di tregua. Il nostro compito è non deludere mai quell'aspettativa, con empatia, disciplina e una profonda conoscenza delle persone. Il futuro del lusso non sarà negli arredi o nei materiali, ma nella capacità di capire e rispettare le persone. Sarà umanistico: hotel, resort, ristoranti, glamping che formeranno i team non solo su protocolli, ma su ascolto e micro-attenzioni. Il lusso è mantenere la promessa ogni giorno della tua esperienza.