



Cresce la passione per i viaggi (di lusso)

I turisti italiani prediligono la Penisola e formule di soggiorno di alta gamma, possibilmente, però, a prezzi più accessibili. Il perché ce lo spiegano i “capitani” di alcuni dei più rappresentativi 5 stelle in Italia... **di Davide Deponti**

Quante cose facciamo per passione tutti i giorni; anche perché, come diceva il celebre filosofo Friedrich Hegel, “Nel mondo nulla di grande è stato fatto senza metterci passione”. E grande, per gli italiani, è sempre stata anche la passione per i viaggi. Viaggi che ultimamente sembrano orientarsi su mete turistiche del Belpaese e in strutture di lusso. Lo racconta anche una recente indagine di Hotels.com, secondo la quale gli italiani avrebbero ritrovato la fiducia nel viaggiare e la voglia di riscoprire

il loro paese, scegliendo di soggiornare prevalentemente in hotel 4 e 5 stelle. I numeri della ricerca evidenziano, a livello globale, un mercato in salute, nonostante la presenza di fattori di criticità come la Brexit o i terremoti in Giappone. Basti pensare che i prezzi pagati dai viaggiatori per un pernottamento sono aumentati nel mondo del 3% nel 2018. Adirittura i viaggiatori mostrano interesse anche per quelle destinazioni percepite oggi, per accadimenti recenti, un po' meno sicure come Francia (Parigi), Egitto e

La magia del nuovissimo Adler Lodge Ritten in Alto Adige: un gioiello di ospitalità per chi cerca un lusso accessibile a contatto con la natura



Turchia. Questi ultimi due in particolare sono state tra le mete più prenotate nel 2019.

Le mete preferite dai viaggiatori italiani

Secondo lo studio per i viaggiatori italiani le destinazioni estere con occasioni migliori nell'ultimo anno sono state Maiorca, dove i prezzi sono scesi quasi del 70% rispetto all'anno precedente, ma anche Corfù e Las Vegas, dove la spesa media per pernottamento è scesa del 20% e 13% rispettivamente. Da sottolineare un decremento della spesa anche in Italia dove il viaggiatore "indigeno" ha pagato il 2% in meno a notte rispetto all'anno prima, scendendo a una media di 91 euro a pernottamento. Come si vede poi dalla tabella 1 le due destinazioni più popolari



Tab. 1 - Le destinazioni italiane più popolari per gli italiani (fonte Hotels.com)

Città	2018	2017
Roma	1	1
Milano	2	2
Firenze	3	3
Bologna	4	7
Venezia	5	5
Rimini	6	8
Torino	7	4
Napoli	8	6
Palermo	9	9
Verona	10	10

Tab. 2 - Destinazioni italiane più popolari per i visitatori internazionali (fonte Hotels.com)

Città	2018	2017
Roma	1	1
Milano	2	3
Venezia	3	2
Firenze	4	4
Napoli	5	5
Bologna	6	6
Verona	7	7
Torino	8	8
Palermo	9	10
Pisa	10	9

per i turisti italiani nel 2018 sono state Roma e Milano, nonostante l'aumento del prezzo medio per entrambe, del 7% per Roma (78 euro a notte) e del 3% per Milano (95 euro a notte). Da notare però che anche il turismo internazionale in Italia è cresciuto: in particolare del 5% nei primi nove mesi del 2018, dopo una crescita complessiva del 7% nel 2017 rispetto all'anno precedente. Quell'anno i turisti internazionali in Italia hanno superato i turisti italiani per la prima volta, con circa 211 milioni di arrivi da oltreoceano contro 210 milioni di turisti domestici.

Lusso sì, ma accessibile

La ricerca evidenzia, come trend più forte del momento, la preferenza, da parte del viaggiatore italiano, di soggiorni in strutture con un'offerta di lusso "accessibile".

I viaggiatori italiani infatti hanno pagato meno per i soggiorni a 4 e 5 stelle nel 2018 rispetto all'anno precedente, con

La stilosa "show kitchen" del Ristorante Acanto del Principe di Savoia di Milano



numerose riduzioni anche significative. Budapest ha visto i 5 stelle scendere del 15% (143 euro a pernottamento) mentre Siviglia, Firenze e Colonia hanno perso il 14% andando a 207, 294 e 181 euro per notte rispettivamente.

Tra i 5 e i 4 stelle le differenze sono state ancora più rilevanti, con Parigi che vede un distacco di 232 euro e Tokyo di 209 euro. Lo stesso è successo in Italia, con una differenza di 183 euro a notte a Firenze e di 172 euro a Milano, ad esem-

Il lusso "tranquillo" di Villa Erba: l'Italia, oggi, nel mondo, ha la maggior diversificazione nell'hotellerie di lusso

pio. Ecco perché allora gli italiani non si sono lasciati sfuggire le occasioni di fare vacanze all'insegna di un lusso più a portata di mano, soprattutto nelle grandi città d'arte, ma non solo. Una tendenza confermata poi anche dai dati di ASTOI - Confindustria Viaggi, secondo i quali c'è stata crescita delle prenotazioni, nel 2019 rispetto al 2018, in un range che va dal 5% al 10% (i dati definitivi saranno disponibili più avanti ovviamente, NDR). E se tutto ciò non bastasse a raccontare di un trend davvero in crescita guardiamo anche l'ultima release del "Rapporto sugli Immobili ad uso ricettivo in Italia", edito da World Capital in collaborazione con Federalberghi e patrocinato dall'ENIT: uscito a fine 2018 ci dice che negli ultimi anni gli alberghi italiani stanno recuperando competitività, registrando un incremento del +13,4% dal 2014 al 2017. E ci dice soprattutto anche che, proprio il Bel Paese, vanta oggi la maggior diversificazione nell'offerta di hotel-



L'Hotel Price Index

Si tratta di un indice numerico che è stato fissato, nel 2004, anno nel quale è stato calcolato per la prima volta, a quota 100. Da quel primo punto di partenza in poi, il formato dell'indice permette agli esperti di Hotels.com di evidenziare anno per anno le variazioni nei prezzi pagati per notte dai viaggiatori senza che le oscillazioni dei cambi alterino i risultati.

lerie di lusso al mondo, sia per tipologia, che per qualità. Secondo l'indagine di World Capital infatti, nel 2018 erano 204 gli alberghi di lusso in totale presenti in Italia pari al 9,9% delle strutture di tutto il Mondo. Insomma gli alberghi a cinque stelle ci sono e sempre più italiani gli scelgono ed è interessante capire il perché, al di là della convenienza maggiore delle tariffe già emersa. «La massima attenzione all'ospite», spiega **Ezio Indiani**, GM del **Principe di Savoia di Milano**, «è la prima qualità che contraddistingue l'accoglienza di ogni albergo a cinque stelle. Attenzione che si esplica in una straordinaria flessibilità del servizio, ad esempio: noi al Principe siamo abituati ad accontentare il cliente in ogni sua richiesta, anche last minute, consapevoli che, a fare la differenza nell'ospitalità, è il fattore umano». «Tutti i fattori che rendono speciale la guest experience di un cliente», racconta **Luca Finardi**, GM del **Mandarin Oriental di Milano**, «devono

essere tenuti in considerazione per soddisfare chi cerca un'ospitalità di livello superiore. Chi viene in albergo ad esempio, vuole per prima cosa riposare bene e svegliarsi in forma: ecco perché anche un elemento come quello del "sistema letto" non va assolutamente sottovalutato».

Esperienze uniche e qualità dei servizi

Hilton Lake Como ha aperto da pochissimo tempo davanti al magico Lario e fin da subito si è distinto per particolarità degli spazi e un concetto di ospitalità fortemente orientato alla persona, con servizi innovativi studiati per creare esperienze memorabili. «Tirare le somme di questi primi 16 mesi di attività è sempli-

Lusso e relax al Rome Cavalieri, location strategica a un passo dai monumenti della Città Eterna





Un aperitivo luxury nel delizioso cortile del Mandarin Oriental di Milano

ce», dice il General Manager **Alessio Colavecchio**, «perché, innanzitutto, stiamo lavorando per offrire punti di vista nuovi sulla destinazione. Inoltre, con la nostra proposta di alto livello, diamo la possibilità ai nostri ospiti di vivere momenti unici sul lago di Como e con le nostre attività contribuiamo a dare nuovi impulsi alla città in termini di vivacità, innovazione e legame con il territorio».

Il segreto per far felici i clienti e farli tornare? «Semplice», risponde **Lorenzo Giannuzzi**, Direttore Generale del **Forte Village**, «è quello di rinnovarsi nella continuità. Bisogna saper sorprendere il cliente con novità e alzare sempre di più l'asticella della qualità del servizio. Al Forte, studiamo sempre proposte innovative nei vari ambiti: dalla cucina, allo sport agli eventi (Forte Village è una top Mice destination a livello internazionale), senza dimenticare l'offerta benessere

che declina alla perfezione il nostro concetto di experience di lusso».

«Vengo da una famiglia di albergatori che si tramanda questa professione da cinque generazioni», racconta **Roberto Wirth**, Proprietario e Direttore Generale **Hotel Hassler di Roma**, «e, da sempre, la nostra filosofia è soddisfare ogni singolo ospite. Un'ospitalità è eccellente quando il cliente è felice e si gode il soggiorno. Tutto il resto viene da sé».

Tutto bene, tutto bello, tutto facile? Si può sempre migliorare e rendere l'attrattiva della propria destinazione maggiore, soprattutto in chiave lusso. Lo ha spiegato bene, ospite durante la recente 69ª Assemblea Nazionale di Federalberghi di Capri, l'imprenditore e businessman **Flavio Briatore**: «La richiesta di turismo lusso sale e per l'Italia è una grande opportunità. Oggi ci sono hotel molto belli e unici sul mercato mondiale, ma, poi, per il turista che arriva dall'estero, spesso mancano servizi e infrastrutture di pari livello. Servono più investimenti per rispondere a una domanda di alto livello, per un turismo di qualità e ecosostenibile, capace di creare comunque reddito e fare il bene del Paese. Al turista che spende, insomma, devi dare la possibilità di spendere».

Un'icona dell'ospitalità di lusso "made in Italy", la facciata del Principe di Savoia di Milano

