



BENESSERE



# Il futuro della vacanza? Wellness oriented

Coccole di benessere e soluzioni per migliorare lo stile di vita e tornare rigenerati. Vanno in questa direzione i nuovi trend della vacanza. A confermarlo anche i dati della wellness industry che muove 4,3 trilioni di dollari al mondo **di Tiziana Conte**

**I**l Belpaese seduce i turisti stranieri con un'offerta wellness che non ha eguali e che convince i mercati alto spendenti come quello statunitense, ma anche francese dove l'Enit ha impegnato le sue energie con una promozione mirata, assecondando l'interesse del segmento luxury. La vacanza wellness promette di trasformare il turista grazie agli imprenditori del settore, tour operator e albergatori in testa, che propongono soluzioni mirate, mettendo al primo posto il benessere della persona per rigenerare

mente e corpo migliorando lo stile di vita. Già dall'inizio del viaggio si può usufruire di servizi ad hoc e coccole di benessere, negli aeroporti e a bordo di alcune classi di vettori aerei. Non da meno le compagnie di crociera che fanno a gara nel proporre trattamenti orientati al benessere psico-fisico in Spa sempre più attrezzate e sofisticate.

## All'insegna del lusso

Anche i nuovi trend del lusso invitano a volersi bene. La conferma arriva dall'IlTM di Cannes che per recentemente ha lanciato l'Anno della Salute. In fatto di vacanze detta dunque legge la wellness industry che muove 4,3 trilioni di dollari nel mondo. Il mercato è articolato al suo interno in diverse aree tra le quali il turismo del benessere, che unito al turismo delle SPA e dei servizi termali, arriva a fatturare 750 miliardi di dollari. Lo sanno bene all'Enit. L'ente ha presentato con gli operatori del settore e le Regioni, l'offerta del Belpaese all'IlTM di Cannes. L'Italia si colloca in testa alle scelte dei turisti tra le mete mondiali legate al benessere e soprattutto al lusso per il quale è prima per il segmento *affluent*, in testa a Francia, Sud Africa e USA; per i *millennial* batte Thailandia, Islanda e Sud Africa; per le





*famiglie* l'Italia supera il Messico, le Hawaii e perfino Orlando (Disneyworld). Ancor prima che a Cannes, l'Enit, insieme a Regioni e To aveva incontrato a New York i maggiori player della travel industry USA organizzando il primo workshop "Italian Luxury" 2019 in collaborazione con Virtuoso, Signature e The Travel Leader Network. Una due giorni dedicata al lusso e al Made in Italy con networking, business matching, marketplace, seminari e testimonianze di esperti e aziende, per orientare una fetta di mercato alto spendente devota alla wellness industry. Un'esperienza che ha sedotto il segmento luxury a stelle e strisce, promuovendo la crescita a valore alla base della strategia Enit. Lo sguardo dell'agenzia Nazionale del Turismo osserva un'espansione crescente sul settore luxury su cui converge le energie, potendo contare su 12 milioni di benestanti mondiali con un patrimonio di 47mila miliardi di dollari: un mercato in cui la wellness industry trova grande riscontro. La quota di mercato rappresentata dai turisti stra-



nieri con disponibilità economica medio-alta e attratti dall'Italia sta crescendo: nel 2019 i viaggiatori in business class sono aumentati del 12,7% e nel 2018 le notti complessive negli hotel di cinque stelle sono state circa 11,3 milioni. Entro il 2025 i viaggi di lusso cresceranno ancora e più velocemente rispetto alle altre tipologie di viaggio, arrivando a segnare un +6,2%. Anche il medical tourism segna un andamento a doppia cifra nel mondo e non solo dai Paesi Apac con un trend di 200mila dollari a viaggio così come il female travel con un +200 per cento negli ultimi 10 anni grazie a shopping, sightseeing e spa

