

Le nuove tendenze

In hotel, in viaggio e al ristorante, ecco i trend che promettono di conquistare un numero sempre maggiore di clienti, nel mondo e in Italia

✦ Aura Marcelli

Il Book and Bed di Tokyo, un design hostel di concezione prettamente giapponese, dove una biblioteca di 2000 libri accoglie trenta letti, ricavati in nicchie della boiserie

All'inizio dell'anno fioccano le liste, più o meno autorevoli, delle tendenze più interessanti e promettenti nel settore dei viaggi e dell'ospitalità. Noi abbiamo preso tempo e ne abbiamo studiate molte, in giro per il mondo, per tirar fuori il meglio di ognuna. Ecco la "nostra" Top 10, divertente, stimolante e piena di ottimismo.

1 Grande è bello. In un mondo metropolitano che ci costringe spesso in claustrofobiche soluzioni abitative e lavorative, lo spazio si trasforma nel vero lusso

da cercare in un hotel. Grandi bagni, grandi letti, grandissime docce walk-in diventano gli elementi sui quali gli hotel, che vantano questo il privilegio, possono scommettere per competere con altri alberghi, magari più famosi e centrali. Stando a quello che dice la versione spagnola della rivista Traveller CondeNast, sembra proprio sia questa la direzione verso la quale si muovono le strategie di prestigiose strutture in giro per il mondo: a New York l'hotel *Boro*, nel Queens, ruba clienti agli alberghi dell'isola di Manhattan a colpi di metriquadri; l'isola della Giudecca e i suoi hotel dalle ampie stanze e i giardini privati competono con il centro storico, dove il lusso spesso deve fare i conti con la mancanza di spazio; e poi c'è la catena alberghiera indiana *Oberoi Hotels* che ha appena annunciato di voler aprire nel 2016 a Marrakech un hotel nel quale la stanza più piccola misurerà 140 metri quadri.

2 Amenities take away. Se fino ad ora si è parlato di set di cortesia di benvenuto, il prossimo futuro punta sull'arriverci. L'idea, secondo il sito canadese *htrends.com*, è quella di lasciare il segno con amenities che possano diventare la ciliegina sulla torta a conclusione della





vacanza, quei doni che si portano via con sé dopo il check out e che faranno venir voglia di tornare. Si va dalla tavoletta di cioccolata su misura, coperta di polvere d'oro e confezionata secondo il segno zodiacale degli ospiti VIP dell'*Hotel Plaza Athenee*, agli hotel newyorkesi di Dream Downtown e Dream Midtown dove i clienti vengono salutati con un cadeau degno della Grande Mela: biglietti per Broadway per il soggiorno successivo o una bottiglia del vino preferito.

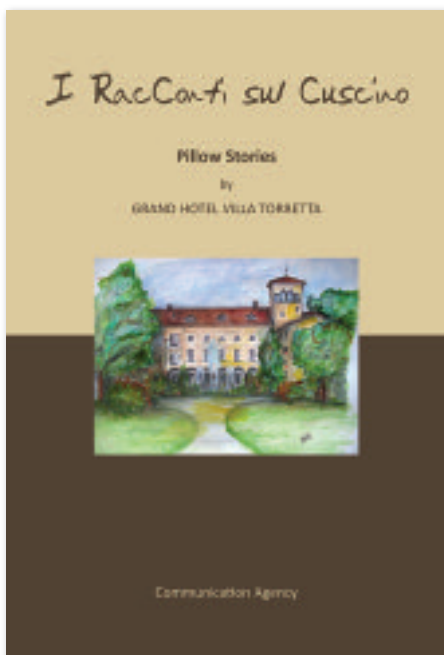
3 **Hotel e libri.** Tra tanto digital e tante App, torna la voglia di leggere libri di

carta. Così alcuni hotel hanno scelto di puntare proprio sul piacere vintage di una buona lettura, proponendo il binomio letto-libro come elemento caratterizzante della propria offerta. A raccontare questa raffinata tendenza del 2016 è l'italiano Booksblog.it, che propone 5 hotel per bibliofili: il *Book and Bed di Tokyo*, un design hostel di concezione prettamente giapponese, dove una biblioteca di 2000 libri accoglie trenta letti, ricavati in nicchie della boiserie; più tradizionale ma ugualmente suggestivo, il *Library Hotel* di New York propone agli ospiti delle sue sessanta stanze una sala di lettura, reading, pre-



Le grandi catene internazionali diventeranno sempre più grandi. Marriott ha acquistato Starwood, raggiungendo il primato mondiale, ma anche Accor Hotels ha comprato i brand di lusso Fairmont, Raffles e Swissotel

Tra tanto digital torna la voglia di leggere libri di carta anche in albergo. E c'è persino chi, della buona lettura, ne fa un plus identitario, come il Book and Bed di Tokyo e il Library Hotel di New York



sentazioni e pranzi letterari; il *The Library* sull'isola di KohSamui, in Thailandia, è membro dei Desing Hotels e propone agli ospiti momenti di relax nella fornita libreria in stile minimal, affacciata al mare magnifico e alla sorprendente piscina rosso fuoco; il *Gladstone's Library*, oggi hotel suggestivo e raffinato e un tempo libreria d'epoca vittoriana, accoglie nelle ventisei stanze, in passato destinate a studiosi e ricercatori, i propri esigenti ospiti, sommergendoli tra oltre 250mila libri, tra i quali prime edizioni e copie rare.

4 Matrimoni e viaggi di nozze. Questo trend riguarda in particolare l'Italia, visto che il nostro Paese è considerato la prima destinazione per le coppie internazionali in cerca di lune di miele e location esclusive per il faticoso giorno. Ad attribuire questo primato è la rete di agenzie di viaggi di lusso Virtuoso, ma anche i numeri lo confermano. Per il secondo anno consecutivo, infatti, l'Italia ha superato tutti, compresa la Francia, quanto a wedding tourist, con inglesi, americani e russi, in primis, ma anche giapponesi, irlandesi e arabi, che scelgono il Bel Paese come cornice ideale per il loro amore. Le location più ambite? Verona, Venezia, Firenze, Roma, la campagna senese, la costiera amalfitana con Capri e in costante crescita il Salento. Per un giro d'affari di oltre 350 milioni di euro.

5 Wellness Travel. Una crescita nell'ordine del 50% non passa inosservata, soprattutto al magazine americano From-

mers.com, ma attenzione a non confondersi: oggi i viaggi del benessere non sono più solo le settimane passate a rimettersi in forma in una Spa, ma includono ritiri yoga e meditazione, viaggi d'avventura e sport adrenalinici, healthy cruising e wellness-festival, persino vacanze wellness per bambini e famiglie stressate.

6 Viaggi eno-gastronomici e multi-sensoriali. Il cibo ha la capacità di trasmettere il valore dei luoghi. Lo afferma Greg Oates a commento dello Skift Megatrends 2016, le previsioni annuali del magazine newyorkese. Sempre più persone acquistano un viaggio con l'obiettivo di scoprire una nuova cultura attraverso il cibo, oppure per poter sperimentare nuovi orizzonti culinari in giro per il mondo. Gli hotel raccolgono la sfida e si aprono a sperimentare per attirare nuovi clienti. Come al *The Dolder Grand* di Zurigo, dove l'executive chef del ristorante collabora con un noto pianista e concertista per creare un menù da cinque portate ispirato e accompagnato da composizioni esclusive. O come al *Sofitel Paris Le Faubourg*, dove i cocktails serviti al bar sono ispirati alla bellezza e alle texture della haute couture francese.

7 Servizi personalizzati. Bando all'offerta valida per tutti. Gli hotel vanno verso la customerizzazione più spinta e si dimostrano pronti ad adeguarsi ai gusti e alle necessità di ogni ospite. Così alcuni gruppi alberghieri come *Peninsula*, *Patina* e *Yotel*, ci suggeriscono Fox News e il New York Times, stanno sperimentando politiche di flessibilità totale al check out per consentire più spazio di manovra agli itinerari dei loro clienti. Altri hotel, come sottolinea ancora il sito canadese htrends.com, puntano all'ibridazione di due modelli di ospitalità per offrire il massimo in tutti i sensi: è il caso del gruppo spagnolo Room Mate Hotels che con bemate.com offre accoglienza flessibile e conveniente in appartamenti glamour e immersi nella cultura locale, ma con i servizi di un hotel, come il deposito bagagli, il transfer all'aeroporto, il servizio di house keeping e di concierge.

8 Evoluzione del concierge. Un tempo il concierge aiutava l'ospite con le



prenotazioni di ristoranti e servizi, raccomandava locali e hot spot della città, organizzava trasferimenti e visite alle attrazioni locali. Oggi, benché ci sia ancora chi gli si affida per queste esigenze, molte delle sue funzioni sono a portata di smartphone e si risolvono egregiamente in pochi click. E allora che ne è della figura del concierge? Naturalmente evolve per non estinguersi, suggerisce ancora la lista dei trend di Traveller Condé Nast Spagna, e si trasforma in un nuovo ibrido umanoide con molte e diverse declinazioni, oppure si specializza per offrire quel che non si trova facilmente online: all'NH Collection Eurobuilding di Madrid il concierge risponde attraverso lo schermo del tablet; ai James Hotel di Chicago e New York una App permette di ricevere in ogni momento informazioni riguardo all'hotel e garantisce la possibilità di comunicare con lo staff per trovare locali, attrazioni e per ogni altra esigenza; ai Thompson Hotel sempre di New York è attivo il servizio di Food Truck Concierge, pronto a dare i migliori suggerimenti sullo streetfood della Grande Mela.

9 Viaggi di lusso. Negli ultimi anni il comparto del Luxury Travel è cresciuto del 48% e tutto lascia pensare che anche nel 2016 il trend di crescita dovrebbe continuare, stando alle indicazioni del World Travel Monitor di IPK International. In Ita-

lia Federalberghi stima per l'anno in corso un incremento del turismo di alta gamma tra il 10% e il 20%. Le città d'arte del nostro Paese, in particolare, Firenze e Roma, sono tra le prime destinazioni mondiali per questo settore. In cima alle richieste ci sono quelle dei turisti provenienti dai Paesi Arabi, attratti dall'esperienza di lusso che si può vivere nella patria della Ferrari, di Gucci e Dolce&Gabbana.

10 Hotel Chain vs Indie. Le grandi catene internazionali diventeranno sempre più grandi. Marriott ha acquistato Starwood, raggiungendo il primato mondiale, ma anche Accor Hotels ha comprato i brand di lusso Fairmont, Raffles e Swisshotel. È la risposta dei grandi al peso sempre maggiore degli intermediari, suggerisce l'italiano Bookingblog.com, per acquisire maggiore forza contrattuale. Anche in Italia, come in tutta Europa, il peso dei grandi gruppi è in netta crescita, specialmente nella fascia alta di mercato. Si parla però pur sempre di percentuali dell'ordine del 12,8% sul totale e del 29% sui 5 stelle (dati 2014). Una parte ancora fondamentale dell'hotellerie nel mondo e, in particolare, nel nostro Paese è rappresentata dagli hotel indipendenti. Che hanno ancora molto da dire. Soprattutto se non si prestano alla guerra dei prezzi con Airbnb e puntano sulla qualità e l'originalità dell'offerta. ■

Tra i principali travel trend del momento c'è anche il benessere, sempre più inteso come esperienza multidisciplinare e sensoriale