

DOVE ALLOGGIO?

È certamente interessante vedere quali sono le principali tendenze che stanno condizionando l'inverno sulle nostre montagne. Di certo è possibile affermare che la montagna bianca italiana è sempre più vista come un «luogo» di vacanza e sempre meno di sfida agonistica. Da questo assunto emergono anche le principali tendenze e gli stili di consumo che stanno contraddistinguendo questa stagione invernale e che possono essere così riassunti:

1. SOGGIORNO IN HOTEL. Ma solo breakfast: il soggiorno in hotel rappresenta sempre la quota in assoluto più rilevante del sistema ospitale della Montagna Bianca Italiana, ma gli ospiti si stanno sempre più spostando dalla pensione completa al solo pernottamento e colazione. Questo perché, oltre a una maggiore libertà di orario, la giornata viene cadenzata su esperienze diverse dalla ristorazione d'albergo, come possono essere pranzi/cene e/o degustazioni in baite, rifugi, ristoranti di eccellenza, masi;

2. RISTORAZIONE IN QUOTA. Grande appeal per i ristoranti in quota, di qualsiasi tipo essi siano. Grandi chef che hanno una propria location sul passo più difficile da raggiungere o cucina tipica in un rifugio (anche solo due uova con lo speck), purché siano in alto, dove anche il raggiungerli diventa un'esperienza;

3. RICHIESTE DI SERVIZI PET FRIENDLY. La maggiore richiesta degli italiani è quella di trovare una struttura dove venga ospitato l'animale da compagnia, ma è anche l'insieme dell'accoglienza che la località offre a un animale che può far aumentare la quota di questa clientela. Aumentano in maniera consistente le richieste di località e strutture pet friendly, perché è in forte crescita la percentuale di italiani che vivono con un animale da compagnia (25 milioni) e che quest'inverno trascorrerebbe volentieri un soggiorno in montagna;

4. BENESSERE E WELLNESS PARK. Quasi un obbligo per le località e le strutture ricettive. Tutto ciò che è wellness rappresenta il connubio ideale con il bianco: la richiesta dei centri benessere nelle strutture ricettive cresce (anche se a ritmi molto più lenti rispetto alla domanda), mentre ciò che ancora manca sono veri e propri beauty&wellness park nella città o nei luoghi simbolo del territorio. Le poche località che hanno sviluppato questo concetto (ad esempio Bormio o Merano) hanno un appeal molto elevato sulla clientela leisure;

5. LOCATION SALOTTO. In centro, all'aperto, aumenta in maniera esponenziale la richiesta di aree di socializzazione, di open lounge bar, di locali dove socializzare e fare amicizia. Ma questa non è una richiesta che si concentra solo nei centri delle località ma anche lungo le piste, nei rifugi, etc. che si trasformano in veri e propri salotti, caldi e accoglienti.

Per quanto riguarda invece l'offerta ricettiva - non solo alberghiera - l'interesse che le varie tipologie di offerte riscuotono dal mercato non è il medesimo. Infatti, diverse località sono spinte verso il successo anche grazie alla loro capacità di vendere flair alpino. In questo settore sono diverse le tendenze in atto:

► **Baite, masi e rifugi:** grandissimo interesse per queste formule di alloggio, che g

tiscono il dist...

la normalità. Baite in mezzo al nulla ma con servizi straordinari (spesa e chef a domicilio, personal Spa...); masi per gruppi familiari localizzati direttamente sulle piste; rifugi nei punti cardine delle stazioni, con il privilegio dell'esclusività del luogo nelle ore notturne, rappresentano l'esaltazione del desiderio di montagna bianca;

► **hotel mountain style:** non importa se sono situati nei centri delle località, in una vallata o al passo, l'importante è che queste strutture abbiano l'immagine e i servizi mountain style. Camere tipiche e non anonime, ristorazione di qualità, centro benessere e, soprattutto, personale locale con abiti tradizionali;

► **alloggi con flair alpino:** si tratta di appartamenti e case per vacanza con un'anima vera, un'identità locale. Il luogo di acquisto sono sempre di più le piattaforme della sharing economy, da Airbnb a Halldis, da Wimdu a Temporary House, Only Apartments, che per molti rappresentano ormai gli unici luoghi dove trovare qualità e unicità a buon prezzo.

Di moda, quindi, queste formule ricettive che uniscono l'elemento di esclusività - che non per questo deve essere costoso - con l'elemento dell'identità - quindi di un ambiente tipico e caratteristico.



Fuori moda, invece, le strutture ospitali che non offrono servizi e che non hanno nulla di caratteristico, quindi:

► **gli alberghi vecchio stile:** camere comuni e arredate senza gusto, gestione antica, apertura a rubinetto a seconda dell'andamento delle prenotazioni, ma anche una ristorazione senza cuore e un'accoglienza poco sentita. Mancanza di area benessere e scarsa attenzione alle famiglie con bambini: tutto questo rende una quota tra il 22% ed il 25% delle strutture alberghiere della montagna bianca italiana fuori target vacanza;

► **gli appartamenti tradizionali:** in luoghi dove si sta peggio che a casa propria nessuno vuole andare, soprattutto se si tratta della vacanza. Per questo motivo gli appartamenti tradizionali non sono richiesti e, se lo sono, vengono affittati solo a prezzi bassissimi e in periodi di altissima stagione (perché altro non si trova). E a poco serve aumentare il numero dei cartelli affittasi se non si rinnova completamente arredo e qualità.

Per quanto riguarda i B&B, vale una considerazione su tutte: funzionano e sono alla moda quelli con flair alpino e situati nei centri delle località, mentre quelli delocalizzati e - soprattutto - anonimi, in case comuni, sono assolutamente fuori moda e non sono interessanti, in particolar modo per la clientela italiana.



**ECCO
IL REPORT SULLE
TENDENZE CHE STANNO
GUIDANDO GLI OSPITI DELLA
MONTAGNA BIANCA ITALIANA
QUANDO DEVONO SCEGLIERE
DOVE TRASCORRERE LE
VACANZE**