

BENé, **INCONTRO AL BENESSERE**

L'appuntamento da non perdere per il wellness hotel, in fiera a Vicenza dal 12 al 15 novembre 2009

Ha avuto un primo debutto eccellente alla 66^a Mostra del Cinema di Venezia, dove ha firmato il percorso SPA nella terrazza Quintessentially Azimut Win Win, passaggio e ritrovo di celebrities, VIP e personalità del cinema. BENé, sempre più riconosciuta a livello nazionale come marchio del benessere di alta qualità, è stata scelta per rappresentare il settore del wellness in una delle sedi più prestigiose del mondo dello spettacolo, dando vita a un evento senza precedenti: la BENé Relax Experience. Una vera SPA funzionante, ispirata all'atmosfera marina, per regalare agli ospiti della Mostra un'esperienza di benessere, in armonia con la natura, tra massaggi, trattamenti e angoli di relax.

Un piccolo assaggio di quello che sarà **BENé - spa & wellness Expo**, che si terrà in fiera a Vicenza dal 12 al 15 novembre 2009, polo di attrazione per tutti gli addetti ai lavori dei diversi ambiti del settore wellness. La fiera, con le sue tre macro-aree "SPA Design & Contract", "Wellness Tourism", "Eco Living", abbraccia davvero ogni sfaccettatura del concetto di benessere, dalla realizzazione degli spazi ideali ai trattamenti (come sono una SPA o un intero albergo ispirato al tema del wellness hotel), a un turismo che fa dell'offerta di remise en form



un'importante leva di marketing, fino a tutte le scelte legate a uno stile di vita eco-compatibile, che vanno dalla bioedilizia all'uso di prodotti naturali per la cura della persona, dalla sana alimentazione alle medicine e terapie naturali, fino ai temi del risparmio energetico.

Un ampio ventaglio di soluzioni che formano una proposta articolata e un momento importante di aggiornamento per i visitatori "business", in particolare imprenditori alberghieri e responsabili delle strutture wellness, che possono incontrare gli operatori e le scuole di formazione, i professionisti, le aziende più rappresentative del comparto





e le soluzioni più innovative, trovando tutti gli strumenti per migliorare l'offerta delle proprie strutture ricettive. Accanto alle diverse sezioni espositive, prendono vita alcune sezioni speciali, dove si concentra il top della qualità.

Convivium del massaggio

Un vero "banchetto", ricco di proposte di metodi e trattamenti, quello a cui invita BENÉ. Il Convivium del massaggio porta in scena i maestri più quotati e gli operatori maggiormente qualificati nelle discipline a mediazione corporea. Shiatsu, massaggi thai, hawaiano, californiano, ayurvedico, e così via, saranno protagonisti in 25 "isole del massaggio", con dimostrazioni e trattamenti-prova offerti al pubblico. Punto di forte attrazione per i turisti, le solu-

zioni di wellness diventano sempre più la carta vincente per caratterizzare l'offerta ricettiva, differenziando le proposte per attrarre una clientela attenta ed esigente in fatto di benessere. Strategico dunque incontrare gli operatori e le scuole di formazione che garantiscono un livello qualitativo adeguato, per corrispondere alla capacità di valutazione dell'utente, oramai esperto conoscitore di massaggi e giudice competente sul livello dei trattamenti che riceve.

Progetto spa - AQUA

Dedicato agli imprenditori del settore alberghiero è Progetto SPA, un percorso completo attraverso tutto ciò che serve per ideare, realizzare, ristrutturare e gestire una SPA, un centro benessere o un wellness hotel. Dalla progettazione alle soluzioni tecnologiche, alle proposte di design, alle linee cortesia, fino ai software per la gestione informatizzata dell'operatività del centro e dei suoi servizi, al visitatore "business" si offre l'eccellenza del settore per ogni aspetto che interessa la sua attività.

Progetto SPA nell'edizione 2009 raddoppia con AQUA, la sezione speciale che pone l'accento su quello che è il cuore di ogni SPA: la zona umida. A questo particolare ambiente è ispirata l'area "Hammam Concept".

Per i professionisti e gli imprenditori del settore SPA e wellness hotel, si terranno seminari tecnici incentrati sui temi del risparmio energetico, dell'illuminotecnica e i nuovi concept per le aree umide delle zone wellness.



TORNA SPA DESIGN 2009

600 i metri quadrati di esposizione, 4 Spa funzionanti frutto di 4 progetti architettonici di altrettanti studi prestigiosi che interpretano concetti innovativi legati al benessere dell'albergo. SPA Design, il format sviluppato e gestito da Carlo Matthey e dallo staff di My Exhibition, si prepara, dopo il grande successo ottenuto in occasione del Salone del Mobile, all'appuntamento di Wellness SPA & Beauty Exhibition e del salone dell'ospitalità Host che si terranno a Milano dal 23 al 26 ottobre. Un evento che sarà una finestra aperta sui principali trend del design in materia di benessere che, forte del grande successo di critica e visitatori riscontrato al Fuorisalone 2009 con il Concept dell'Home Wellness "Abitare il Benessere", presenta "Ospitare il Benessere", una mostra sulle nuove tendenze per lo spazio relax nell'albergo moderno, trendy, competitivo. La mostra-evento, organizzata con il patrocinio di Fiera Milano ExpoCts e Associazione Italiana Progettisti d'Interni, si propone di intraprendere un percorso di progetti, situazioni e proposte cui si affiancano materiali innovativi, oggetti eco oriented, tecnologie esclusive legate non solo al "wellness" ma al futuro di tutto l'ambiente alberghiero.



Il contratto di inserimento nel settore turismo

Il sensibile ridimensionamento della base occupazionale del settore turismo, registratosi negli ultimi mesi, accresce le difficoltà lavorative delle fasce più deboli della popolazione, aumentando il disagio sociale connesso alla crisi economica. "Per aprire il mondo del lavoro anche ai soggetti svantaggiati -afferma Bernabò Bocca, Presidente di Federalberghi-Confurturismo- la Federazione ha individuato nel contratto di inserimento una valida risposta alla richiesta di

un mercato del lavoro equo e si è impegnata nella diffusione di questo strumento presso le imprese associate". Con il contratto di inserimento, i datori di lavoro che assumono lavoratori appartenenti alle fasce deboli della popolazione, assicurando loro una formazione finalizzata all'inserimento in azienda, ricevono un incentivo sotto forma di sgravio degli oneri sociali. Per favorire la conoscenza di questo strumento, Federalberghi-Confurturismo ha realizzato un'agile pubblicazione in formato elettronico, che può essere liberamente scaricata dalla homepage del sito internet www.federalberghi.it.

UNA SOLUZIONE PER IL CAOS BAGAGLI

Sono già 300 gli hotel in Italia, molti dei quali nelle principali località turistiche e termali, che utilizzano il "Servizio Bagagli" del corriere espresso TNT Express Italy, un "antidoto" efficace ai disservizi di consegna bagagli degli aeroporti, che continua a complicare i viaggi degli italiani. L'unico attivo sia nel nostro Paese che in tutta l'Unione europea, il servizio consente al viaggiatore di affidare il proprio bagaglio all'express courier per il ritiro a domicilio e la consegna nella località desiderata. Con una telefonata è possibile così bypassare problemi quali il sovrapprezzo sulle valigie imposti dalle compagnie low cost o il rischio concreto di non vedersi consegnato il bagaglio all'arrivo dell'aereo, il tutto a un costo per spedizione che parte da 26 euro inclusa la copertura assicurativa all-risk. Un'offerta decisamente competitiva se si pensa che il solo imbarco del bagaglio, previsto ormai da 13 compagnie aeree, può costare da 4 a 20 euro e che ogni Kg eccedente può costare anche 15 euro!(*), esclusa la consegna a domicilio. Il Servizio Bagagli è attivo dal 1996 e da allora ha conosciuto un incremento costante del suo utilizzo. Le previsioni indicano che quest'anno oltre 13.000 clienti usufruiranno della consegna di TNT Express Italy e tra i principali utilizzatori del servizio vi sono i motociclisti, tradizionalmente costretti a rinunciare a gran parte dei propri bagagli per poter viaggiare in moto.

Sesta giornata nazionale del Trekking Urbano

Dopo il grande successo della scorsa edizione, torna l'abbinamento fra Trekking Urbano e Halloween: la festa dei misteri e quella del camminare in città. Quando questi due appuntamenti si uniscono il risultato è una vera avventura con percorsi a piedi fino a luoghi dove le leggende secolari e le sorprese organizzate appositamente rinnovano la tradizione di Halloween in qualcosa di avventuroso e di autenticamente nostrano. Sabato 31 ottobre, nel pomeriggio per i bambini e di notte per gli adulti, le Amministrazioni comunali 33 capoluoghi propongono percorsi sul tema "dolcetti e scherzetti": personaggi storici, luoghi misteriosi e alimenti a cui si attribuiscono magiche virtù. Per completare il programma "il piatto del trekking" offerto dai ristoranti delle città partecipanti e direttamente collegato al tema del mistero. Il trekking urbano è una pratica sportiva ideata a Siena nel 2002 per fare esperienze turistiche fuori dai luoghi scontati e riscoprire in modo salutare la propria città. Per maggiori informazioni www.trekkingurbano.info



2010, ANNO DELLA CINA IN ITALIA

Che la Cina sia un mercato strategico per l'Europa e per diverse realtà dell'offerta italiana non è una scoperta di oggi. I dati attuali e quelli previsionali sui flussi dei turisti cinesi all'estero parlano da soli. Con un'economia destinata, secondo molti, a fungere da locomotiva della ripresa economica mondiale, e con un'industria dei viaggi destinata a diventare la seconda più forte economia turistica del mondo, non sono molte le destinazioni turistiche che possono permettersi di fare a meno, o di ignorare il turismo cinese. Inoltre la domanda turistica cinese rappresenta un mercato relativamente stagionalizzato, che registra un forte incremento nell'acquisto di vacanze sul web, e che ha storicamente una eccellente immagine del nostro paese, della nostra storia e del nostro stile di vita. Tutte le ricerche confermano che gran parte dei cinesi che possono andare in vacanza hanno interesse verso il nostro paese e desiderano conoscerlo. È sufficiente andare in Cina un volta per accorgersi di quanta simpatia circonda tutto quanto è *made in Italy*, dalla moda al calcio. Quel che sorprende è il fatto che a cinque anni dal riconoscimento dell'Italia come "destinazione turistica autorizzata" dal Governo cinese, i dati dell'incoming nel nostro Paese siano ancora modesti, deludenti rispetto alle aspettative che si erano create. In realtà qualche spiegazione può essere tentata se si pensa a come la maggior parte degli Enti turistici e degli operatori ha affrontato questo mercato. Si è andati in Cina con le solite proposte stereotipate, puntando sulle solite partecipazioni alle fiere, e i soliti depliant, che di nuovo e diver-

so avevano il cinese mandarino al posto del tedesco. Credo si possa affermare che la performance di questo mercato verso il nostro Paese in questi anni vada visto più come un problema nostro, di capacità di confezionare proposte adeguate e di marketing, che un segnale negativo del potenziale di crescita di quel mercato. Il 2010 sarà l'anno della Cina in Italia. Potrebbe essere l'occasione per un ripensamento del modo di affrontare il mercato turistico cinese, che tante aspettative aveva creato solo pochi anni fa. Il 2010 potrebbe davvero essere l'anno della svolta, anche in considerazione del fatto che il Ministero del Turismo intende fare del prossimo mese di maggio, il mese del turismo cinese in Italia. In questa direzione mi sembra vada il progetto che l'Assessore al turismo della Regione Sardegna Sebastiano Sannitu ha deciso di avviare, su suggerimento di Giorgio Macciocu, Presidente Confturismo, che prevede l'avvio non di una semplice campagna pubblicitaria, ma di un vero sistema di relazioni e di comarketing con le aree più significative di quel paese. In Regione è stato approvato un progetto che parte proprio dall'idea che la Cina non possa essere affrontata come un mercato tradizionale, viste le attese e le motivazioni particolari che caratterizzano la sua domanda. Come avevano perfettamente compreso i missionari italiani che andarono in Cina nel 1500, con la Cina occorre seguire il principio dell'adattamento. In altre parole non si sbarca in Cina, bisogna piuttosto ancorarsi alla sua realtà. L'occasione dell'Expo di Shanghai dell'anno prossimo sarà un banco di prova interessante per l'idea della Sardegna di intercettare il bisogno di cambiamento dei turisti cinesi.

Giancarlo Dall'Ara